

**ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ «ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»**

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΑΓΩΓΗ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Διπλωματική Εργασία με Θέμα:

«Internet Banking: Η τράπεζα του μέλλοντος»



**Μεταπτυχιακή Φοιτήτρια: Πασύνη Αντιγόνη
Α.Μ.: 211304**

Επιβλέπων: Καθηγητής, Γ. Χονδρογιάννης

**Μέλη Επιτροπής: Αναπλ. Καθηγήτρια, Ε. Θεοδοροπούλου
Λέκτορας, Ε. Σαρδιανού**

ΑΘΗΝΑ, 2013

Περιεχόμενα	
Περίληψη	4
Abstract	5
Ευχαριστίες	6
Εισαγωγή	7
Κεφάλαιο πρώτο	
1. Περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης	10
1.1 Ορισμοί των λειτουργιών Internet Banking, Phone Banking, Mobile Banking, ATM, και ΚΑΣ	11
1.2 Λεπτομερής περιγραφή των λειτουργιών Internet Banking, Phone Banking, Mobile Banking στον Ελλαδικό χώρο	13
1.3 Η χρήση των λειτουργιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στον Ελλαδικό χώρο	22
1.4 Η συμβολή της βιωσιμότητας στην ηλεκτρονική τραπεζική	40
	40
1.4.1 Η συμβολή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην κοινωνία	
	43
1.4.2 Η συμβολή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην οικονομία	
1.4.3 Η συμβολή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο περιβάλλον	45
Κεφάλαιο δεύτερο	
2.Βιβλιογραφική Ανασκόπηση	47
Κεφάλαιο τρίτο	
3. Εμπειρική Ανάλυση - Μεθοδολογία και περιγραφή στατιστικών στοιχείων	67
3.1 Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας	67
3.2 Το προφίλ του δείγματος των καταναλωτών	70
Κεφάλαιο τέταρτο	
4. Εκτίμηση των υποδειγμάτων παλινδρόμησης	76
4.1 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής	76
4.2 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής	82
4.3 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου και τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση	87
4.4 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής για λόγους αύξησης της εγκληματικότητας	93
4.5 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την	98

ασφάλεια που νιώθουν οι χρήστες, κατά τη διάρκεια διεκπεραίωσης τραπεζικών συναλλαγών, όσον αφορά την εγκληματικότητα	
Κεφάλαιο πέμπτο	
5.Συμπεράσματα	104
Βιβλιογραφία	
Ξένη Βιβλιογραφία	108
Βιβλιογραφία διαδικτύου	112
Ελληνική Βιβλιογραφία	
Παραρτήματα	113

Αυτή η μελέτη αφιερώνεται στους γονείς μου,
Πάυλο και Θωμά.

Περίληψη

Στην παρούσα διπλωματική μελέτη εξετάζεται η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και η ικανοποίηση που προσδίδει στους κατοίκους του νομού Αττικής, σε περίοδο οικονομικής κρίσης. Στόχος της έρευνας ήταν να εξεταστούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση από τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, την εγκληματικότητα που συνδέεται με την υπηρεσία και πως την αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές σε ηλικία άνω των 55 ετών. Επιπρόσθετα, εξετάστηκαν τα δημογραφικά στοιχεία όπως η ηλικία, το καθαρό ατομικό μηνιαίο εισόδημα από εργασία, το επάγγελμα αλλά και το μορφωτικό επίπεδο. Από την εμπειρική ανάλυση προέκυψε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση αλλά και την ικανοποίηση των χρηστών είναι το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, οι ερωτώμενοι που δεν διαθέτουν γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή, οι ερωτώμενοι που θέλουν να αποφύγουν την εγκληματικότητα κάνοντας χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι ερωτώμενοι που δεν εμπιστεύονται τη συγκεκριμένη υπηρεσία και τέλος, οι ερωτώμενοι, οι οποίοι θεωρούν ότι ο λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας είναι η αύξηση της εγκληματικότητας.

Λέξεις κλειδιά: ηλεκτρονική τραπεζική, τηλεφωνική τραπεζική, δειγματοληπτική έρευνα, υπόδειγμα παλινδρόμησης.

Abstract

This paper develops an empirical model to investigate the main determinants of usage and satisfaction of internet banking from Greek residents, in the area of Athens. The aim of this study is to investigate the main determinants which influence the usage, the satisfaction, the violence and how people over 55 years react. In addition, the results analyze the usage of other applications from internet banking and if any further changes needed. Also, the results shows the age, the monthly income, occupation and education level from users. The study based on 362 survey responses from the area of Attica, and they are analyzed econometrically using regression techniques. In particular, the empirical results, based on the estimation of regression analysis suggest that economic and consumer variables are statistics significant factors of the possibility to use and being satisfied from internet banking.

Keywords : internet banking, phone banking, survey, regression models

Ευχαριστίες

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου, Παύλο και Θωμαή, για την ηθική και οικονομική υποστήριξη που μου έχουν προσφέρει, τόσο για την υπομονή τους όσο και την επιμονή τους για την περαιτέρω εκπαιδευτική μου εξέλιξη.

Στη συνέχεια θα ήθελα να εκφράσω την εκτίμηση αλλά και ευγνωμοσύνη προς τον κ.Μπαλωμένο Ανδρέα, για όλες τις πληροφορίες που μου έδωσε και την εντατική του αφοσίωση σε ότι ήταν απαραίτητο.

Έπειτα, τους φίλους μου για την υπομονή τους και την δική τους συλλογική προσπάθεια για την εκπόνηση αυτής της μελέτης.

Τέλος, τον κ.Χονδρογιάννη Γεώργιο, επιβλέποντα καθηγητή μου, για την αποδοχή και εξέλιξη αυτής της συνεργασίας, τις πολύτιμες συμβουλές του καθώς αποτελεί πηγή έμπνευσης για μεγαλύτερη προσπάθεια. Αναμφισβήτητα, την κ. Σαρδιανού Ελένη για την πολύτιμη βοήθεια και αφοσίωσή της καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης αυτής της μελέτης.

Εισαγωγή

Στον 21^ο αιώνα η τεχνολογία εξελίσσεται ραγδαία, αυτό φαίνεται από τον τρόπο που διεκπεραιώνει πλέον τις υποχρεώσεις του όχι μόνο ο επιχειρηματίας, αλλά και ο ιδιώτης. Υποχρεώσεις που αφορούν το δημόσιο, τον ιδιωτικό φορέα αλλά και τον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αλλά και των εταιριών. Η συμβολή της τεχνολογίας στοχεύει στην απλοποίηση των διαδικασιών και στη μείωση της μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα της εποχής είναι τα κοινωνικά μέσα καναλιών επικοινωνίας (social media), όπως και η πραγματοποίηση φορολογικών δηλώσεων αλλά και πληρωμής σήματος αυτοκινήτου που διεκπεραιώνονται μέσω διαδικτύου. Από τη δεκαετία του '90 στην Ελλάδα, έλαβε χώρα και μια άλλη σημαντική λειτουργία μέσω διαδικτύου, η ηλεκτρονική τραπεζική.

Συγκεκριμένα από το 1992 και έπειτα, ξεκίνησε η εισαγωγή της λειτουργίας σε πολύ αργό στάδιο. Η κοινωνία δεν την εμπιστεύτηκε για πολλούς λόγους, όπως έλλειψη εμπιστοσύνης, υποκλοπής προσωπικών πληροφοριών, ηλεκτρονικός αναλφαβητισμός αλλά και δυσκολία χρήσης. Όπως φαίνεται, αρκετά χρόνια μετά, οι χρήστες άρχισαν να αυξάνονται και να ενστερνίζονται την υπηρεσία, προσπαθώντας να προσαρμοστούν και να εγκλιματιστούν στα νέα δεδομένα.

Ωστόσο, η Ελλάδα έχει ως επί το πλείστον τους λιγότερους χρήστες ετησίως και κυρίως σε ιδιώτες μεγαλύτερης ηλικίας. Σύμφωνα με αυτό κρίθηκε αναγκαία η εκπόνηση της παρούσας διπλωματικής εργασίας, όπου εξετάζετε η χρήση και η ικανοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους κατοίκους του νομού Αττικής.

Κύριος στόχος της εργασίας είναι να εξετάσει και να αναλύσει τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το μέγεθος της χρήσης αλλά και την ικανοποίηση που δέχονται από αυτήν καθώς και την αποτελεσματικότητάς της. Συγκεκριμένα, οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι τα δημογραφικά στοιχεία (όπως φύλο, ηλικία,

επαγγελματική κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση) και η συμπεριφορά-στάση τους απέναντι στην υπηρεσία.

Για την επίτευξη της εμπειρικής διερεύνησης, διανεμήθηκαν 410 ερωτηματολόγια με σκοπό να εντοπίσουν τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν:

- ❖ την υιοθέτηση και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής,
- ❖ την ικανοποίηση από τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και πως επηρεάζεται,
- ❖ τη χρήση των υπόλοιπων λειτουργιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής όπως, τηλεφωνική τραπεζική μέσω τηλεφώνου,
- ❖ την αύξηση της εγκληματικότητας και πως αυτή συμβάλει στην υιοθέτηση της υπηρεσίας και
- ❖ την ασφάλεια που παρέχουν οι λειτουργίες της υπηρεσίας με βάση την εγκληματικότητα που υφίσταται σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας.

Η μεθοδολογία της έρευνας χωρίστηκε σε δύο μέρη, το θεωρητικό μέρος και την εμπειρική ανάλυση. Το θεωρητικό μέρος χωρίζεται σε δύο κεφάλαια, στο πρώτο κεφάλαιο περιγράφεται η υπάρχουσα κατάσταση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο νομό Αττικής.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύεται η βιβλιογραφική ανασκόπηση. Πρόκειται για προηγούμενες εμπειρικές μελέτες που αφορούν την ηλεκτρονική τραπεζική, από καταξιωμένους επιστήμονες. Οι έρευνες περιγράφουν μελέτες παγκοσμίου βεληνεκούς.

Στη συνέχεια, στο δεύτερο μέρος της εργασίας περιγράφεται η εμπειρική ανάλυση. Στο τρίτο κεφάλαιο, αναφέρεται ο σκοπός του ερωτηματολογίου και η περιοχή διεξαγωγής της έρευνας, η ανάλυση του δείγματος και τα αποτελέσματα από τους πίνακες συχνότητων.

Στο τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι παλινδρομήσεις και αποτελέσματα που αφορούν την ηλεκτρονική τραπεζική, πιο συγκεκριμένα, πραγματοποιείται η

εκτίμηση πέντε υποδειγμάτων παλινδρόμησης με σκοπό να εξεταστεί η χρήση και ικανοποίηση των καταναλωτών από την υπηρεσία.

Επιπρόσθετα, στο πέμπτο κεφάλαιο, ακολουθεί σύγκριση των υποδειγμάτων οικονομετρικής ανάλυσης με τα αποτελέσματα των προηγούμενων εμπειρικών ερευνών όπου και συνοψίζονται τα συμπεράσματα της έρευνας.

Στο τέλος, ακολουθεί το παράρτημα με το ερωτηματολόγιο, τους πίνακες συχνοτήτων, τους πίνακες που εμπεριέχονται στο κείμενο και τις συνεντεύξεις στελεχών Ελληνικών εμπορικών τραπεζών.

1.Περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης.

Η τεχνολογία της τραπεζικής βιομηχανίας εξελίσσεται ραγδαία τον 21^ο αιώνα, αν και η έναρξή της έγινε αισθητή τον 19^ο αιώνα. Δημιουργούνται καινοτομίες εμπνευσμένες από το διαδίκτυο προς όφελος του πελάτη της τράπεζας. Μια εξ' αυτών είναι και η ηλεκτρονική τραπεζική. Στην παρούσα διπλωματική έρευνα, μελετάται η υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής, υπηρεσία η οποία παρέχεται στους πελάτες μέσω διαδικτύου ή άλλων καναλιών επικοινωνίας, προκειμένου να μη καθίσταται απαραίτητη η φυσική παρουσία του πελάτη στο υποκατάστημα. Παρακάτω, αναλύονται οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την υπηρεσία, όπως και οι μεταβλητές που μελέτησαν οι (Kim, B-M; Widdows, R; Yilmazer, T; Alsajjan, B; Dennis, C; Ilter, B; Saatcioglu, O.Y.; Kuruoglu, E; Polasik, M; Wisniewski, P.T.; Ahmad, S.M.; Rashid, S; Masood, M.T.; Mujeeb, E.U. και άλλοι).

Παρουσιάζονται εκτενέστερα οι ορισμοί των λειτουργιών που απαρτίζουν την ηλεκτρονική τραπεζική, όπως είναι η διαδικτυακή τραπεζική (Internet Banking), η τηλεφωνική τραπεζική (Phone Banking), η τηλεφωνική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (Mobile Banking), τα Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών (ΚΑΣ) και οι Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ΑΤΜ). Έπειτα καταγράφονται οι υπηρεσίες, συναλλαγές και ανάγκες που μπορεί να καλύψει ο πελάτης μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται σύγκριση μεταξύ της τραπεζικής βιομηχανίας στον Ελλαδικό χώρο. Έπειτα, περιγράφεται η συμβολή της βιωσιμότητας, με βάση τους τρεις πυλώνες της -κοινωνία, οικονομία, περιβάλλον- στην ηλεκτρονική τραπεζική.

Προς το τέλος, τεκμηριώνεται η θεωρία με τη βιβλιογραφική προσέγγιση, όπου λαμβάνονται υπόψη σημαντικές μελέτες για την ηλεκτρονική τραπεζική από καταξιωμένους ερευνητές.

1.1 Ορισμοί των λειτουργιών Internet Banking, Phone Banking, Mobile Banking, Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές και Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών.

Σημαντική προσέγγιση για την έννοια της υπηρεσίας ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι του (Alecú, 2007) όπου, το *Internet Banking* (γνωστή υπηρεσία ως online banking) επιτρέπει την εκτέλεση των συναλλαγών και τις πληρωμές του Διαδικτύου μέσω της ασφαλούς ιστοσελίδας της τράπεζας. Αυτό μπορεί να είναι πολύ χρήσιμο, ειδικά για τον τραπεζικό τομέα εκτός των ωρών τράπεζας (οι οποίες τείνουν να είναι πολύ λίγες) και των τραπεζών από οποudήποτε η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι διαθέσιμη. Στις περισσότερες περιπτώσεις, ένα πρόγραμμα περιήγησης στο διαδίκτυο που χρησιμοποιείται (όπως ο Internet Explorer ή Mozilla Firefox, Opera) και η κάθε σύνδεση στο διαδίκτυο είναι κατάλληλη. Δεν απαιτείται ειδικό λογισμικό.

Phone Banking, αντίστοιχα η ηλεκτρονική τραπεζική μέσω τηλεφώνου. Η υπηρεσία κατά την οποία πραγματοποιούνται οι συναλλαγές προϊόντων και υπηρεσιών της τράπεζας μέσω σταθερού τηλεφώνου (Vlad, 2009). Τα βασικότερα στοιχεία της τηλεφωνικής τραπεζικής είναι η ποιότητα, η ταχύτητα με χρήση τεχνολογίας αιχμής και κυρίως η ασφάλεια. Είναι εύκολο στη χρήση, πλήρες από άποψη υπηρεσιών και απόλυτα ασφαλές ώστε να αποτελέσει αντίβαρο στα παραδοσιακά συστήματα. Σε αυτή την περίπτωση ο πελάτης προκειμένου να ενημερωθεί για τις προσωπικές του καταθέσεις ή να πραγματοποιήσει συναλλαγές καλεί στο αντίστοιχο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών (call/contact center) όπου παρέχονται υπηρεσίες από μια ομάδα η οποία εκτελεί ένα ομοιογενές σύνολο αλληλεπιδράσεων με τους πελάτες σύμφωνα με τις διαδικασίες (Bojan, Mutu and Paun, 2008). Οι πελάτες μπορούν να επωφεληθούν από τεχνική βοήθεια από εμπειρογνώμονες και να ελέγχουν εάν πραγματοποιείται η μεταφορά μεταξύ λογαριασμών.

Mobile Banking, αποκαλείται η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών από το κινητό τηλέφωνο. Τα γνωστά πλέον Smartphone's, έχουν κατακλύσει την αγορά καθώς η τεχνολογία, όσον αφορά την επικοινωνία, αυξάνεται με ταχύτατους ρυθμούς (Tiwari, Buse and Herstatt, 2006). Είναι τα κινητά τηλέφωνα, τα οποία διαθέτουν

τέτοιες λειτουργικές εγκαταστάσεις και εφαρμογές οι οποίες μπορούν να στηρίξουν ακόμη και όλο το λογισμικό της τραπεζικής σκηνής.

Με το πάτημα ενός πλήκτρου, με την προϋπόθεση ότι υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο, μπορεί ο πελάτης να εξυπηρετηθεί όπως ακριβώς και αν επισκεπτόταν το κατάστημα. Η σημαντική διαφορά είναι πως μπορεί να κάνει χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας οποιαδήποτε ώρα και στιγμή, αρκεί να υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο.

Το δίκτυο Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών (ATM) των τραπεζών, οφείλεται στην δυνατότητα του πελάτη να πραγματοποιεί ένα ευρύ φάσμα συναλλαγών με τη χρήση μιας τραπεζικής κάρτας και του Προσωπικού Κωδικού Αριθμού (PIN) που αντιστοιχεί σε αυτήν (Karanikolas and Pentaris, 2007). Προσφέρει διαθεσιμότητα 24 ώρες το 24ωρο, εύκολη πλοήγηση και υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και ασφαλείας, με 24ωρη παρακολούθηση της ομαλής διεκπεραίωσης των συναλλαγών από ειδικό κατάστημα (fraud detection system).

Τα Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών (ΚΑΣ), είναι μηχανές που τοποθετήθηκαν στα καταστήματα των τραπεζών τα τελευταία χρόνια, προκειμένου να διευκολύνουν ακόμη περισσότερο τον πελάτη, αφού μπορεί να πραγματοποιήσει συναλλαγές από πληρωμή λογαριασμών έως και κατάθεση μετρητών. Η χρήση είναι εύκολη, γρήγορη και με ασφάλεια. Επίσης δεν υποχρεούται ο χρήστης να ανήκει στο πελατολόγιο της τράπεζας¹.

¹Οι πληροφορίες παρέχονται στην ιστοσελίδα της Εθνικής Τράπεζας μέσω του συνδέσμου (<http://www.ethniki.gr/wps/portal/el/i-bank/retail/aps>)

1.2 Λεπτομερής περιγραφή των λειτουργιών Internet Banking, Phone Banking, Mobile Banking στον Ελλαδικό χώρο.

Στο παρόν κεφάλαιο, θα αναλυθούν λεπτομερώς οι λειτουργίες που προσφέρονται από τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πιο συγκεκριμένα η διαδικτυακή τραπεζική (internet banking), η τηλεφωνική τραπεζική (phone banking) και η κινητή τηλεφωνική τραπεζική (mobile banking) στην τραπεζική βιομηχανία της Ελλάδας.

1.2.1 Διαδικτυακή τραπεζική - Internet Banking

Η διαδικτυακή τραπεζική είναι μια υπηρεσία μέσω της οποίας, ο χρήστης μπορεί να πληρώσει ανέξοδα λογαριασμούς σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, από οποιοδήποτε μέρος βρίσκετε αλλά και οποιαδήποτε στιγμή παρέχοντας του τη δυνατότητα να προγραμματίσει εκτέλεση συναλλαγών με μελλοντική ημερομηνία. Υπάρχει η επιλογή δεσμεύσεως του ποσού στον λογαριασμό του, χωρίς απώλεια τόκων μέχρι την ημέρα πληρωμής, με δυνατότητα ακύρωσης της εντολής πληρωμής πριν την εκτέλεσή της (Vlad, 2009) .

Οι πληρωμές που μπορεί να πραγματοποιήσει ο πελάτης μέσω του Alpha Web Banking αναφέρονται αναλυτικά στον Πίνακα 1(στο Παράρτημα). Μελέτες των (Karanikolas and Pentaris, 2007) αλλά και μαρτυρία του Μπαλωμένου Ανδρέα, διοικητικού στελέχους της Alpha Bank τράπεζας, συνέντευξη 1(στο Παράρτημα) αποδεικνύουν πως το Internet Banking παρέχει πλήρη έλεγχο λογαριασμών, καρτών και δανείων, εφόσον μπορεί να πληροφορείτε στοιχεία, υπόλοιπα και κινήσεις για καταθέσεις, δάνεια (στεγαστικά και καταναλωτικά), πιστωτικές κάρτες, Χαρτοφυλάκιο μετοχών και Α/Κ. Μεγάλο εύρος συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο όπως, μεταφορά ποσών σε λογαριασμούς δικούς του ή τρίτων: στην Εθνική Τράπεζα, σε άλλη τράπεζα εσωτερικού (μέσω DIASTRANSFER*), καθώς και σε άλλη τράπεζα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πληρωμή πιστωτικών καρτών Εθνικής Τράπεζας και άλλων τραπεζών (μέσω DIASTRANSFER), πληρωμές Δημοσίου: ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ΙΚΑ, ΦΠΑ, Φόρος Εισοδήματος, εξόφληση οφειλών σε εταιρείες/οργανισμούς: τηλεφωνίας /Internet, ασφαλιστικές εταιρείες, ασφαλιστικά ταμεία, παροχής αερίου κ.λπ., αγοραπωλησία μετοχών παραγγελία μπλοκ επιταγών, πάγιες εντολές.

Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται αφορούν κυρίως μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς εντός Ελλάδας αλλά και Ευρωζώνης (χώρες SEPA, όπου είναι οι χώρες που ανήκουν στην ΕΕ καθώς και η Ελβετία, η Ισλανδία, Νορβηγία και το Λιχτενστάιν). Ανάθεση πάγιων εντολών οργανισμών αλλά και πληρωμές πιστωτικών καρτών. Ο χρήστης διαχειρίζεται κυρίως το προφίλ του (στοιχεία, προσθαφαίρεση λογαριασμών, αλλαγή κωδικού πρόσβασης, μεταβολή ημερησίου όρου), ενεργές πάγιες εντολές αλλά και τον Πρόσθετο Κωδικό Ασφαλείας (OTP).

Το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο δίνει τη δυνατότητα στους πελάτες και χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, να πραγματοποιούν πλήθος συναλλαγών μέσω της υπηρεσίας. Πιο αναλυτικά, διενέργεια περισσοτέρων από 150 πληρωμών με πεδίο αναζήτησης για γρήγορη ανεύρεση, δυνατότητα υποβολής εκτέλεσης συναλλαγών σε μελλοντική ημερομηνία με δυνατότητα ακύρωσή τους, δυνατότητα καταχώρησης πολλαπλών πληρωμών με μία κίνηση, γραφήματα διακύμανσης υπολοίπων λογαριασμών, δωρεάν αποστολή μηνυμάτων SMS Alerts, μηνύματα ενημέρωσης για την ολοκλήρωση μιας συναλλαγής καθώς και για κάθε είσοδο στο e-banking, απόδοση φιλικής ονομασίας λογαριασμών (ψευδώνυμο) για ευκολότερη διάκριση και διαχείρισή τους

Στη συνέχεια η HSBC, μια τράπεζα διεθνούς εμβέλειας, με συμμετοχή στην Ελληνική Τραπεζική βιομηχανία προσφέρει στους πελάτες της ένα ολοκληρωμένο σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής, αλλά και συνεχώς εξελισσόμενο, όπως αναφέρει σε συνέντευξή του ο Σταυράκης Νεκτάριος, συνέντευξη 2(στο Παράρτημα). Παρακάτω δίνονται κάποιες συνοπτικές λειτουργίες της υπηρεσίας, ωστόσο δίνονται αναλυτικά στον Πίνακα 2(στο παράρτημα), με λεπτομερείς δυνατότητες που παρέχονται στο χρήστη προκειμένου να πραγματοποιεί με ασφάλεια, συνέπεια και ταχύτητα τις συναλλαγές του μέσω διαδικτύου.

¹: Τα στοιχεία δίνονται από την ιστοσελίδα της Alpha Bank με το σύνδεσμο www.alphabank.gr

***Diastransfer**=Η ενσωμάτωση κάθε τραπεζής στο σύστημα Diastransfer είναι ευθύνη της ίδιας της τράπεζας και από τη στιγμή της εντάξεώς της, θα είναι διαθέσιμη η μεταφορά χρημάτων στους λογαριασμούς της τράπεζας αυτής και από την ηλεκτρονική τραπεζική.

Η Probank¹ επικαλείται διάφορους λόγους, ως πλεονεκτήματα για την ασφάλεια των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο χρήστης δίνει ονόματα στους λογαριασμούς του και έχει ακριβή εικόνα του χαρτοφυλακίου του, θυμάται εάν έχει πληρώσει τις υποχρεώσεις του καθώς η υπηρεσία κρατάει αρχείο. Έχει 24ωρη πρόσβαση στην τράπεζα και μπορεί να αποφύγει τη μεταφορά μετρητών. Ελαχιστοποιεί ή ακόμη και εκμηδενίζει το κόστος των συναλλαγών, όπως και μπορεί να προγραμματίζει καλύτερα τις οικονομικές υποχρεώσεις του, χρησιμοποιώντας τη δυνατότητα επαναληπτικών πληρωμών. Τέλος, ορίζει αποδεκτές τις μεταφορές που πραγματοποιεί συχνά και δε χρειάζεται να αποκρυπτογραφεί τους αριθμούς λογαριασμών.

Η ασφάλεια των συναλλαγών, όπως αναφέρει και η μελέτη των (Karanikolas and Pentaris, 2007) είναι η μέγιστη προτεραιότητα των τραπεζών προς τους πελάτες - χρήστες. Για το λόγο αυτό, οι τράπεζες φροντίζουν ο χρήστης να ορίζει τους κωδικούς ασφαλείας και να τους αλλάζει όποτε το επιθυμεί. Χρειάζεται επιπρόσθετος κωδικός ασφαλείας για τη διενέργεια εγχρημάτων συναλλαγών, ο οποίος αποστέλλεται μέσω μηνύματος (sms) και ισχύει για μία μόνο συνεδρία. Δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στην ηλεκτρονική τραπεζική μετά από τρεις λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής των κωδικών και τέλος, ο χρήστης μπορεί να απενεργοποιεί την πρόσβαση για όσο χρονικό διάστημα ζητήσει σε οποιοδήποτε κατάσταση, είτε στο τηλεφωνικό κέντρο (contact center). Τέλος, λόγω της υψηλής ασφάλειας για τη χρήση της υπηρεσίας e-banking όπως αναφέρει και στη μελέτη του (Olasanmi, 2010), οι τράπεζες έχουν εγγυηθεί πιστοποίηση από τη διεθνής κύρους εταιρεία Verisign, για χρήση 256 bit security στα συστήματα που χρησιμοποιεί, αποσυνδέεται αυτόματα εάν δεν υπάρξει δραστηριότητα για δέκα λεπτά (Idle Timeout). Δεν επιτρέπεται η καταγραφή κωδικών ασφαλείας από τον Internet Explorer.

¹:Οι πληροφορίες δίνονται από την ιστοσελίδα της τράπεζας Probank μέσω του συνδέσμου www.probank.com.

1.2.2 Τηλεφωνική Τραπεζική - Phone Banking

Η υπηρεσία Phone Banking, ανήκει στις πιο εύχρηστες λειτουργίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Shah and Clarke, 2009), όλες οι τράπεζες που αναφέρονται στην παρούσα μελέτη προσφέρουν στους πελάτες-χρήστες τους και τη συγκεκριμένη λειτουργία. Στην παρακάτω ενότητα θα αναφερθούν αναλυτικά οι υπηρεσίες και επιλογές που διατίθενται στην Ελληνική Τραπεζική Βιομηχανία.

Οι χρήστες της υπηρεσίας μπορούν να πληροφορούνται για τις τιμές συναλλάγματος, αμοιβαίων κεφαλαίων, καθώς και τις τιμές κλεισίματος του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών. Να ενημερώνονται για το υπόλοιπο και τις κινήσεις των λογαριασμών τους, τις εισερχόμενες εντολές ή το συνάλλαγμα που έχει πιστωθεί στο λογαριασμό τους. Η ενημέρωση των κινήσεων των λογαριασμών πραγματοποιείται μέσω fax. Επίσης, ο καταναλωτής μπορεί να μεταφέρει ποσά σε λογαριασμούς που δεν έχουν προστεθεί στο προφίλ του με ανώτερο ποσό ανά ημέρα από αυτό των 3.000 Ευρώ. Οι τράπεζες εσωτερικού όπου είναι διαθέσιμη η υπηρεσία αναγράφονται στον Πίνακα 5 (στο παράρτημα).

Χώρες στις οποίες είναι διαθέσιμη η υπηρεσία (Karanikolas and Pentaris, 2007) είναι η Αυστρία, το Βέλγιο, η Γαλλία, η Γαλλική Γουιάνα, η Γερμανία, η Γουαδελούπη, η Δανία, η Εσθονία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιρλανδία, η Ισπανία, η Ιταλία, η Κύπρος, η Λετονία, το Λουξεμβούργο, η Μαρτινίκα, η Νορβηγία, η Ολλανδία, η Πολωνία, η Πορτογαλία, το Ρεουνιόν, η Σλοβενία, η Σουηδία και η Φιλανδία.

Επίσης, πληρωμές οφειλών σε συγκεκριμένη ημερομηνία που αφορούν σε πιστωτικές κάρτες ιδίου ή τρίτων εκδόσεως Alpha Bank (Alpha Bank Visa, American Express, Alpha Bank MasterCard, κάρτες Επιχειρήσεων κ.λπ.) στο Δημόσιο και ασφαλιστικά ταμεία, σε λογαριασμούς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, σε πιστωτικές κάρτες ιδίων ή τρίτων εκδόσεως άλλης τράπεζας εσωτερικού (Diastransfer), σε ασφαλιστικές εταιρείες, σε λοιπές εταιρείες.

¹: Τα στοιχεία δίνονται από την ιστοσελίδα της Alpha Bank με το σύνδεσμο www.alphabank.gr

Οι συναλλαγές που μπορεί να πραγματοποιήσει ο χρήστης μέσω της υπηρεσίας Phone Banking (Vlad, 2009), είναι από τις πιο σημαντικές ανησυχίες των τραπεζιτών, καθώς επιθυμία τους είναι να προσφέρουν όλο και περισσότερες αλλά και πιο εύλικτες επιλογές, όπως η εξόφληση λογαριασμών ρεύματος νερού, τηλεφώνου, διαδικτύου και συνδρομητικής τηλεόρασης. Σημαντική είναι και η διεκπεραίωση οφειλών προς το δημόσιο, Φ.Π.Α., πληρωμή ασφαλίσεων, εισφορές σε ασφαλιστικά ταμεία, πληρωμή της δόσης της πιστωτικής κάρτας, κατάθεση ενοικίου αλλά και αποστολή χρημάτων σε σπουδαστές ή συνεργάτες σε Ελλάδα και εξωτερικό. Επίσης, επιτρέπεται η κατάθεση διδάκτρων, σχολείων και φροντιστηρίων.

Στη συνέχεια, δίνεται εντολή για νέα πληρωμή ή μεταφορά σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου, καθώς και για μεταβολή ή διαγραφή αυτής. Αίτηση για νέα σύνδεση / διαγραφή λογαριασμών στην υπηρεσία Phone Banking, αίτηση για μεταβολή συνδεδεμένων λογαριασμών στις κάρτες, αίτηση μεταβολής λογαριασμού και οδηγιών αυτόματης εξόφλησης πιστωτικής κάρτας, αίτηση επανέκδοσης καρτών, αίτηση επανέκδοσης PIN καρτών, αλλαγή προσωπικού αριθμού αναγνώρισης (PIN), άμεση πληροφόρηση υπολοίπου λογαριασμών (Express Balance), ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμών καταθέσεων, ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμών προθεσμιακής κατάθεσης, ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμών δανείου και αποπληρωμής επόμενης δόσης, ενημέρωση επιτοκίων προθεσμιακών καταθέσεων, ενημέρωση τιμών Αμοιβαίων Κεφαλαίων, ενημέρωση για ισοτιμίες ξένου συναλλάγματος, ενημέρωση για εκδοθείσες επιταγές, πληροφορίες για πληρωμές ή μεταφορές σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου, παροχή για μέχρι επτά (7) τραπεζικούς λογαριασμούς, παροχή για λογαριασμούς ταμειωτηρίου και τρεχούμενους / όψεως και για τις τελευταίες πέντε (5) πιστώσεις ή / και χρεώσεις. Η συνδρομή στην υπηρεσία Phone Banking από την τράπεζα HSBC παρέχεται δωρεάν. Παράλληλα, για τις συναλλαγές που διεκπεραιώνετε μέσω της υπηρεσίας Phone Banking απολαμβάνετε προνομιακή τιμολόγηση. Οι πίνακες (3-4 στο παράρτημα), δείχνουν αναλυτικά τις λειτουργίες της υπηρεσίας Phone Banking, που δίνονται από την τράπεζα HSBC Bank¹.

¹Οι πληροφορίες δόθηκαν από HSBC Bank plc (Φεβρουάριος 2013)

Επιπλέον μέσω της υπηρεσίας Phone Banking (Karanikolas and Pentaris, 2007), ο χρήστης μπορεί να ενημερώνετε για τις παροχές υγείας των πιστωτικών καρτών που προσφέρονται «Προνόμιο Υγείας», για τα δανειακά, καταθετικά και προθεσμιακά προϊόντα. Επίσης, να αναζητά καταστήματα και ΑΤΜ της τράπεζας καθώς να καταθέτει υποδείξεις και προτάσεις. Υποβάλει την αίτησή για να εκδώσει μπλοκ επιταγών, να εκδώσει ή να επανεκδώσει κάρτα αυτόματων συναλλαγών και πιστωτική κάρτα όπως και το μυστικό κωδικό PIN για πρόσβαση στην υπηρεσία.

Η συμμετοχή του πελάτη-χρήστη της τράπεζας στο Χρηματιστήριο είναι σημαντική, γι' αυτό και η πρόσβασή του στις Χρηματιστηριακές συναλλαγές είναι καθοριστική (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, 2011), αφού έχει τη δυνατότητα να ελέγχει την αγοραπωλησία των μετοχών στο Χρηματιστήριο Αθηνών, να αποτιμά το προσωπικό χαρτοφυλάκιο μετοχών, να εκδίδει αντίγραφο πινακιδίων εκτέλεσης εντολής αγοραπωλησίας, να συμμετέχει σε δημόσιες εγγραφές αλλά και σε γενική συνέλευση της εταιρείας.

Κάποιες πρόσθετες δυνατότητες της υπηρεσίας Phone Banking, είναι η αλλαγή στοιχείων επικοινωνίας του χρήστη, η δυνατότητα εξουσιοδότησης τρίτων προσώπων να ενεργούν για λογαριασμό του πελάτη, να καθορίζονται συγκεκριμένες συναλλαγές ανά λογαριασμό και ορίων ανά συναλλαγή για κάθε εξουσιοδοτημένο πρόσωπο, να ακυρώνουν τις κάρτες τους σε περίπτωση απώλειας/κλοπής καλώντας στο κέντρο εξυπηρέτησης πελατών καρτών.

1.2.3 Τα πλεονεκτήματα της υπηρεσίας «PHONE BANKING.»

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα τα οποία προσφέρει η υπηρεσία phone banking στους πελάτες των τραπεζών (Bojan, Mutu and Paun, 2008), είναι το χαμηλό κόστος της επικοινωνίας, η προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών στους πελάτες καθώς εξαλείφουν την αναμονή στην ουρά και προσφέρουν απομακρυσμένη πρόσβαση στις τραπεζικές υπηρεσίες. Οι δικτυακοί τύποι ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν κλείνουν ποτέ, είναι όλο το 24ωρο διαθέσιμοι. Χαρακτηρίζεται από φορητότητα και αποτελεσματικότητα. Αρκετά μεγάλη ταχύτητα πραγματοποίησης εντολών, ευελιξία, ασφάλεια, προνόμια αλλά και οικονομία.

Οι περισσότερες συναλλαγές μέσω Phone Banking παρέχονται δωρεάν (Koskosas, 2011), ενώ για δικαιούχους λογαριασμού «ΣΠΟΥΔΑΖΩ» δεν παρακρατείτε προμήθεια υπέρ της τράπεζας για αποστολή εμβασμάτων σε τράπεζες του εσωτερικού και της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για τους σπουδαστές και φοιτητές (ανεξαρτήτως ηλικίας) η δυνατότητα χρήσης του Phone Banking, καθώς και η απόκτηση του ηλεκτρονικού κωδικού (e-code) παρέχεται δωρεάν και τέλος, η ενημέρωση για τους λογαριασμούς και όχι μόνο, τη στιγμή ακριβώς που τη θέλει ο χρήστης, με δυνατότητα αποστολής μηνύματος (sms), ηλεκτρονικού μηνύματος (e-mail) και fax.

1.2.4. Τραπεζική κινητής τηλεφωνίας - Mobile Banking.

Τραπεζική κινητής τηλεφωνίας (Mobile Banking), η τρίτη πιο εύχρηστη αλλά και περιορισμένη υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Παρέχεται από το κινητό τηλέφωνο smartphone με βασική προϋπόθεση τη σύνδεση στο διαδίκτυο και την παροχή συγκεκριμένων λογισμικών, έτσι ώστε να είναι εφικτή η πρόσβαση (Alecu, 2007). Οι δυνατότητες που έχει ο χρήστης-πελάτης από το κινητό του τηλέφωνο είναι οι αναγραφόμενες στον Πίνακα 6 (στο Παράρτημα.).¹

Από τις πιο εύκολες και ταχύτατες ενημερώσεις που μπορεί να έχει ο χρήστης μέσω του κινητού του τηλεφώνου και της υπηρεσίας Mobile Banking, είναι η παρακολούθηση του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών και Κύπρου αλλά και διεθνών αγορών (Karanikolas and Pentaris, 2007).

Συγκεκριμένα, μέσω της υπηρεσίας αυτής μπορεί να παρακολουθήσει: τη σύνθεση και τις διακυμάνσεις (πρώτες πέντε ανοδικές και πτωτικές μετοχές) του γενικού δείκτη του Χ.Α., του γενικού δείκτη του Χ.Α.Κ., του Χ.Α. 20, του Χ.Α. 40, του Χ.Α. 80 και του Χ.Α. 140, τις τιμές των βασικών κλαδικών δεικτών του Χ.Α. και του Χ.Α.Κ. τις τιμές κλεισίματος για δείκτες άλλων Χρηματιστηρίων στην Ευρώπη και στον υπόλοιπο κόσμο, τις τιμές επιλεγμένων πρώτων υλών, τις ισοτιμίες των βασικών νομισμάτων (EURO, USD, GBP, JPY) και τις τιμές κλεισίματος επιλεγμένων αγορών σε όλο τον κόσμο απευθείας.

¹: Τα στοιχεία δίνονται από την ιστοσελίδα της Alpha Bank με το σύνδεσμο

<http://www.alpha.gr/page/default.asp?ia=1&id=149>

Για τη χρήση της υπηρεσίας δεν είναι αναγκαίο να είναι κάποιος χρήστης της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής. Η ενημέρωση των μετοχών και των λοιπών χρηματιστηριακών προϊόντων πραγματοποιείται με χρονική καθυστέρηση της τάξης των δεκαπέντε (15) λεπτών.

Το θέμα της ασφάλειας, πλέον είναι το πιο βασικό, προτεραιότητα της τράπεζας αλλά και των πελατών. Χρησιμοποιούνται συγκεκριμένες λειτουργίες που εξασφαλίζουν τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια προκειμένου να μην έχει πρόβλημα ο χρήστης. Η τεχνολογία Πρωτόκολλο Ασύρματης Εφαρμογής (WAP), επιτρέπει τη διενέργεια όλων των παραπάνω συναλλαγών (Koskosas, 2011). Ανάλογα με το αν η συσκευή υποστηρίζει το πρωτόκολλο κρυπτογράφησης Επίπεδο Μεταφοράς Ασύρματης Ασφάλειας (WTLS) ή όχι, και με το αν υπάρχει απόκρυψη αριθμού κινητού (δηλαδή απόρρητος αριθμός), οι διαθέσιμες συναλλαγές διαφέρουν. Αυτό γίνεται προκειμένου να εξασφαλιστεί η μέγιστη δυνατή ασφάλεια των συναλλαγών. Η Eurobank, για τη μεταφορά των δεδομένων των συναλλαγών χρησιμοποιεί το σύστημα κρυπτογράφησης 128 bit (Karanikolas and Pentaris, 2007). Η ιδιόκτητη πύλη WAP αποκλείει την περίπτωση αποκρυπτογράφησης των πληροφοριών κατά τη διάρκεια της μεταφοράς τους.

Στην υπηρεσία mobile banking υπάρχουν δύο προσεγγίσεις, όπως υποστηρίζουν και στη μελέτη τους οι (Kagara and Voyiatzis, 2010) : στην πρώτη, η διεκπεραίωση των συναλλαγών γίνεται με αντίστοιχο τρόπο με το e-banking και το «σταθερό» διαδίκτυο, ενώ στη δεύτερη με τη χρήση ειδικών συσκευών κινητής τηλεφωνίας. Όσον αφορά στο θέμα της ασφάλειας, θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι SIM κάρτες έχουν υψηλό επίπεδο ασφάλειας και κρυπτογράφησης και θεωρείται εξαιρετικά δύσκολο να γίνει «υποκλοπή» δεδομένων από κάποιον κακόβουλο τρίτο.

Η ασφάλεια του χρήστη είναι προτεραιότητα όλων, για αυτό το λόγο ο πελάτης-χρήστης ορίζει τους κωδικούς ασφαλείας ώστε να μπορεί να τους αλλάξει όποτε το επιθυμεί, είναι απαραίτητος ο επιπρόσθετος κωδικός ασφαλείας για τη διενέργεια συναλλαγών, ο κωδικός αποστέλλεται μέσω μηνύματος και ισχύει μόνο για μια συνεδρία στην υπηρεσία, όπως συμβαίνει και με την τηλεφωνική τραπεζική. Δεν επιτρέπεται η πρόσβαση στο mobile banking μετά από τρεις λανθασμένες

προσπάθειες εισαγωγής των κωδικών. Η απεμπλοκή στη πρόσβαση της υπηρεσίας θα μπορεί να γίνει είτε μέσω e-banking είτε με ένα απλό τηλεφώνημα στο τηλεφωνικό κέντρο και τέλος, μπορεί να απενεργοποιήσει την πρόσβαση στο mobile banking για όσο χρονικό διάστημα ζητήσει μέσω e-banking ή με ένα τηλεφώνημα στο τηλεφωνικό κέντρο.

Τέλος, η Τράπεζα Κύπρου¹, στην προσπάθειά της να καινοτομήσει, μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής προσφέρει κάποιες επιπλέον λειτουργίες στους πελάτες-χρήστες της. Αυτό συμβαίνει διότι έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιεί συναλλαγές από το κινητό όποτε το επιθυμεί, οπουδήποτε και αν βρίσκεται, μέσω γραπτών μηνυμάτων και από οποιοδήποτε κινητό με σύνδεση ή κάρτα. Απλώς, αποστέλλοντας ένα κωδικοποιημένο μήνυμα από το κινητό τηλέφωνο στην υπηρεσία, ο πελάτης μπορεί να εκτελεί άμεσα οποιαδήποτε από τις συναλλαγές. Μέχρι τώρα ήταν απαραίτητη η πρόσβαση και σύνδεση στο διαδίκτυο μέσω του smartphone κινητού τηλεφώνου.

Επίσης, μέσω της υπηρεσίας προεπιλεγμένων ειδοποιήσεων (alerts), ο χρήστης μπορεί να λαμβάνει μηνύματα για συγκεκριμένες μεταβολές στους λογαριασμούς, όπως, κάθε φορά που υπάρχει μεταβολή στο υπόλοιπο συγκεκριμένου λογαριασμού, όταν το υπόλοιπο συγκεκριμένου λογαριασμού υπερβαίνει κάποιο προκαθορισμένο ποσό ή μειωθεί κάτω από κάποιο προκαθορισμένο όριο, ή όταν πραγματοποιείται κατάθεση ή ανάληψη σε συγκεκριμένο λογαριασμό, επίσης όταν πραγματοποιείται κατάθεση σε συγκεκριμένο λογαριασμό και το ποσό κατάθεσης είναι μεγαλύτερο ή μικρότερο από κάποιο προκαθορισμένο όριο, κάθε φορά που πραγματοποιείται ανάληψη σε συγκεκριμένο λογαριασμό και το ποσό ανάληψης είναι μεγαλύτερο ή μικρότερο από κάποιο προκαθορισμένο όριο, εντολή πελάτη για κατάργηση λήψης μηνύματος.

¹: Οι πληροφορίες προέρχονται από την ιστοσελίδα της Τράπεζας Κύπρου με σχετικό σύνδεσμο : http://www.bankofcyprus.gr/mobile_banking.html

1.3 Η χρήση των λειτουργιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στον Ελλαδικό χώρο.

1.3.1 Διαδικτυακή Τραπεζική - (Internet/ Online / Web Banking)

Η ηλεκτρονική τραπεζική, είναι νέα και εξελιγμένη υπηρεσία, διευρυμένη πλέον και στην τραπεζική βιομηχανία της Ελλάδας. Όλες οι τράπεζες έχουν επωμιστεί τις υπηρεσίες της. Έχουν εγκριθεί και χρησιμοποιούνται από την πλειοψηφία των τραπεζών, επί του παρόντος το 1/3 των Ευρωπαίων χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική με εκτιμήσεις να προβλέπουν μέσο ετήσιο ρυθμό υιοθέτησης του 60% στην Ευρώπη ως το 2020 (Deutsche Bank Research, 2010). Στην παρούσα ενότητα θα αναλυθεί ο τρόπος με τον οποίο η ηλεκτρονική τραπεζική λαμβάνει χώρα στην Ελλάδα.

Ξεκινώντας από την Alpha bank, η οποία διαθέτει όλες τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, με βασικό πρωταγωνιστή το Internet banking (ηλεκτρονική τραπεζική). Σαν υπηρεσία υφίσταται και με τις 3 ονομασίες (Internet/Online/web), ωστόσο η ερμηνεία αλλά και η διαδικασία είναι η ίδια. Είναι η υπηρεσία, η οποία προσφέρει τη δυνατότητα στους πελάτες της να εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές μέσω του διαδικτύου 24 ώρες το 24ωρο, κάτι που ισχύει για όλες τις τράπεζες εκτός από την περίπτωση των τηλεφωνικών κέντρων εξυπηρέτησης (contact centers), τα οποία θα αναλυθούν στην επόμενη ενότητα και έχουν διαφορετική προσέγγιση. Αξίζει να αναφερθεί πως οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται για την εκάστοτε τράπεζα είναι δωρεάν, τόσο στην Alpha bank, όσο και στις υπόλοιπες τράπεζες. Αυτό που διαφέρει είναι η χρέωση του παρόχου του διαδικτύου και στην περίπτωση που ο πελάτης επιθυμεί να μεταφέρει κάποιο έμβασμα σε άλλη τράπεζα της Ελλάδας ή του Εξωτερικού. Σε αυτή την περίπτωση υπάρχει κάποια προμήθεια προς την τράπεζα, διαφορετική σε κάθε μια, δεν υπάρχει καθορισμένο ποσό. Η μεταφορά σε λογαριασμό εντός Alpha bank μπορεί να πραγματοποιηθεί δωρεάν σε οποιοδήποτε λογαριασμό καταθέσεων που ανήκει στην Alpha bank, είτε σε προφίλ λογαριασμού του πελάτη είτε όχι. Με επιλογή άμεσης ή μελλοντικής εκτέλεσης και χωρίς περιορισμό στο ποσό μεταφοράς στην άμεση εκτέλεση.

Η συναλλαγή μπορεί να πραγματοποιηθεί με 2 τρόπους:

-  Μεταφορά σε λογαριασμό άλλης τράπεζης εσωτερικού και
-  Μεταφορά σε λογαριασμό άλλης τράπεζης εξωτερικού

Πίνακας 1: «Λειτουργίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής από την Alpha Bank»

	Alpha Web Banking	Alpha Mobile Banking	Alpha Phone Banking	ATM	Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών
Κατάθεση μετρητών				✓	✓
Πληρωμή Καρτών Alpha Bank	✓	✓	✓	✓	✓
Πληρωμές Ο.Τ.Ε., Δ.Ε.Η, ΕΥΔΑΠ.	✓		✓	✓	
Υπόλοιπο και κινήσεις καρτών	✓	✓	✓	✓	
Χαρτοφυλάκια επενδύσεων και Χρηματιστηρίου	✓			✓	
Πληρωμές κινητής τηλεφωνίας	✓		✓	✓	✓
Εμβάσματα σε άλλες τράπεζες Ελλάδος και Εξωτερικού	✓		✓		

Πηγή: www.alphabank.gr

Ο πελάτης-χρήστης διαθέτει πληθώρα συναλλαγών, όπου εξυπηρετείτε αυτόματα, με ευκολία, ταχύτητα και χωρίς κόστος. Μέσω της συναλλαγής, μπορεί να μεταφέρει χρήματα από το Alpha Web Banking σε όλες τις τράπεζες εσωτερικού, οι οποίες συνεργάζονται με το σύστημα Diastransfer. Στην πρώτη περίπτωση τα έξοδα χωρίζονται σε 3 περιπτώσεις, πρώτον στα έξοδα που επιμερίζονται (SHA), ο εντολέας χρεώνεται με τα έξοδα της Alpha bank (0,30€) και ο δικαιούχος με τα έξοδα της δικής του τράπεζης. Δεύτερον τα έξοδα που βαρύνουν τον εντολέα, τα έξοδα της Alpha

bank (0,30€) και την επιβάρυνση (OUR) για κάλυψη των εξόδων τραπεζικής δικαιούχου και τρίτον, έξοδα που βαρύνουν το δικαιούχο (BEN). Επιβαρύνεται όλα τα έξοδα, ανάλογα με το κόστος της τράπεζας όπου ανήκει, βάση της τιμολογιακής πολιτικής της.

Στη δεύτερη περίπτωση ο πελάτης της Alpha Web Banking μπορεί να μεταφέρει χρήματα σε πάνω από 200 χώρες σε όλο τον κόσμο, μέχρι το ποσό των 12.500€ ανά συναλλαγή ή του ισόποσου, όταν το έμβασμα είναι σε άλλο νόμισμα και γενικά σε οποιαδήποτε νομίσματα. Για μεταφορά σε τράπεζα εξωτερικού ο τρόπος πληρωμής για την Alpha bank, είναι τύπου «SHA», δηλαδή τα έξοδα της τράπεζας βαρύνουν τον εντολέα και τα έξοδα της παραλήπτριας τράπεζας βαρύνουν το δικαιούχο. Τα έξοδα της Alpha bank για τις απλές εντολές λογαριασμού άλλης τραπεζικής εξωτερικού είναι, πρώτον για αποστολή ευρώ εντός χωρών SEPA με κόστος 0,30€, για αποστολή ξένου νομίσματος εντός SEPA με κόστος 8,00€, για αποστολή οποιουδήποτε νομίσματος σε χώρες εκτός SEPA με κόστος 10,00€ και για αποστολή οποιουδήποτε νομίσματος σε θυγατρική της τραπεζικής οπουδήποτε στο εξωτερικό με κόστος 0,30€.

Επιπλέον, οι πελάτες της Alpha Web Banking έχουν τη δυνατότητα να δεσμεύουν τα ποσά που επιθυμούν να μεταφέρουν, να παρακολουθούν τις συναλλαγές τους- ενημέρωση status- (Karanikolas and Pentaris, 2007). Έχουν τη δυνατότητα να ακυρώνουν τις συναλλαγές τους, να μετατρέπουν συνάλλαγμα και ισοτιμίες (Alpha Mobile Trading). Μπορούν επίσης να πληρώνουν πλήθος λογαριασμών σε δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς, χωρίς έξοδα, από οπουδήποτε με την ευκολία του προγραμματισμού της συναλλαγής για εκτέλεση σε οποιαδήποτε μελλοντική ημερομηνία, με δυνατότητα ακύρωσης της εντολής πληρωμής πριν την εκτέλεσή της.

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος ανήκει στο σύστημα των τραπεζών που διαθέτει ολοκληρωμένα τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και ιδιαίτερα τη διαδικτυακή τραπεζική. Κάνοντας χρήση της υπηρεσίας διατίθεται η πληροφόρηση και οι προσφερόμενες συναλλαγές (Kagara and Voyiatzis, 2010). Πιο συγκεκριμένα, πληροφόρηση στοιχείων, υπολοίπων και κινήσεων για καταθέσεις, δάνεια στεγαστικά ή καταναλωτικά, πιστωτικές κάρτες Εθνικής τράπεζας και χαρτοφυλάκιο μετοχών Α/Κ. Μεγάλο εύρος συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο, όπως μεταφορά ποσών σε

λογαριασμούς πελατών ή τρίτων, στην Εθνική τράπεζα, σε άλλη τράπεζα εσωτερικού μέσω Diastransfer, όπως αναφέρθηκε και για την Alpha bank, καθώς και σε άλλη τράπεζα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμη ο πελάτης της i-bank μπορεί να πληρώσει πιστωτικές κάρτες Εθνικής αλλά και άλλων τραπεζών, να πληρώσει λογαριασμούς δημοσίου, να εξοφλήσει οφειλές σε εταιρείες και οργανισμούς ακόμη και να αγοράσει ή να πουλήσει μετοχές.

Ακόμη μια ιδιαιτερότητα που προσφέρει η i-bank είναι οι συναλλαγές διαχείρισης προφίλ και ασφάλειας, όπου μπορεί ο πελάτης να κάνει αλλαγή κωδικού (Password, κλείδωμα συσκευής i-code, σύνδεση-αποσύνδεση λογαριασμών και χρηματιστηριακών κωδικών), κάτι για το οποίο δεν έγινε καμία αναφορά για την Alpha Web Banking.

Ενώ, όπως στην Alpha Web Banking έτσι και στη i-bank της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής παρέχεται δωρεάν, όπου περιλαμβάνεται και η παράδοση αλλά και η αντικατάσταση της συσκευής i-code (συσκευή που παράγει στιγμιαίους κωδικούς). Οι συναλλαγές και σε αυτή την περίπτωση είναι δωρεάν, εάν εξαιρεθούν τα εμβάσματα σε άλλες τράπεζες ή χώρες, όπου το κόστος είναι πολύ χαμηλότερο από αυτό που απαιτείται στα υποκαταστήματα. Αυτό ισχύει σε όλες τις τράπεζες. Επιπλέον, η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος παρέχει στους πελάτες της την Υπηρεσία Ειδοποιήσεως ETE ALERTS. Μέσω αυτής προσφέρεται άμεση, αξιόπιστη και ασφαλής ενημέρωση για τις τραπεζικές κινήσεις, οι οποίες πραγματοποιούνται με χρήση πιστωτικής κάρτας έκδοσης Εθνικής Τράπεζας. Οι ειδοποιήσεις διακρίνονται σε ενημέρωση για συναλλαγές που διενεργούνται από τον κάτοχο μέσω του δικτύου, των Αυτομάτων Ταμειολογιστικών Μηχανών των καταστημάτων της τράπεζας αλλά και μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking), όπως, αναλήψεις χρημάτων (από κατάστημα ή ATM), αγορά με δόσεις (περιλαμβάνονται και οι πάγιες εντολές), επιστροφή χρημάτων από αγορά και πληρωμή οφειλής (δόσης) πιστωτικής κάρτας. Επίσης, ενημέρωση του κατόχου για έκδοση μηνιαίου λογαριασμού –statement- (δήλωση). Μόλις ολοκληρωθεί η εγγραφή, ο πελάτης μπορεί να ενημερώνεται για τις συναλλαγές του μέσω μηνύματος(sms).

Όσον αφορά τη μυστικότητα και το αναλλοίωτο των δεδομένων η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος έχει προνοήσει. Διασφαλίζονται μέσω του πρωτοκόλλου ασφαλούς επικοινωνίας (SSL-SECURE SOCKETS LAYER), με ισχυρή κρυπτογράφηση στα 128bit. Η ελεγχόμενη πρόσβαση στα συστήματα της τράπεζας προστατεύεται από Firewall (ειδικό λογισμικό για την ασφάλεια) τελευταίας τεχνολογίας (Olasanmi, 2010). Σε περίπτωση που ο χρήστης παραμείνει στο σύστημα για περισσότερο χρονικό διάστημα από 10' χωρίς να διεκπεραιώσει μια συναλλαγή, τότε η σύνδεση διακόπτεται και θα χρειαστεί να επαναλάβει την εισαγωγή των κωδικών, οι οποίοι είναι μιας χρήσης και παράγονται ηλεκτρονικά από τη συσκευή i-code. Οι κωδικοί παραμένουν στην συσκευή για 32'', με την προσέλευση των οποίων οι κωδικοί ακυρώνονται για να μην επαναχρησιμοποιηθούν. Έτσι, είναι αδύνατη η υποκλοπή κωδικών από τρίτους για μεταγενέστερη χρήση, όπως είναι οι περιπτώσεις Phising (Olasanmi, 2010). Η παραγωγή των κωδικών της συσκευής i-code, βασίζεται στον ισχυρό αλγόριθμο κρυπτογράφησης (3DES), είναι πρακτικά απαραβίαστος και το επίπεδο ασφαλείας που παρέχει πιστοποιείται από διεθνείς οργανισμούς.

Εικόνα 1: «Συσκευή i-code παραγωγής στιγμιαίων κωδικών»



Πηγή: www.ethniki.gr

Ομοίως και η Τράπεζα Πειραιώς λειτουργεί με την ηλεκτρονική τραπεζική, γνωστή ως winbank web banking. Αρχικά θα πρέπει να γίνει γνωστό πως η Τράπεζα Πειραιώς έχει εξαγοράσει τις παρακάτω τράπεζες: Αγροτική Τράπεζα/Γενική Τράπεζα/Τράπεζα Κύπρου/CPB BANK/Ελληνική Τράπεζα. Η υπηρεσία καλύπτει μεγάλο εύρος συναλλαγών, όπως αναλύθηκε παραπάνω και για την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος αλλά και την Alpha bank. Συγκεκριμένα, διαχείριση τραπεζικών προϊόντων, μεταφορές, πληρωμές, μεταφορές εμβασμάτων, Χρηματιστηριακές

συναλλαγές και άλλα, Πίνακας 8 (στο Παράρτημα). Καθώς και αιτήσεις για νέα προϊόντα.

Το συγκριτικό πλεονέκτημα της winbank web banking, είναι πως μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής επικαλείται και την οικολογική πλευρά της. Αφού, πραγματοποιώντας τις συναλλαγές ηλεκτρονικά επισημαίνεται στην πολιτική της τράπεζας και η ευαισθητοποίηση του περιβάλλοντος για πολλούς λόγους, οι οποίοι αναλύονται στην ενότητα 1.4. Η σημαντική ποσότητα εξοικονόμησης χαρτιού που επιτυγχάνεται, περιορίζει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την παραγωγή του όπως κοπή δέντρων, κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος και μείωση της ρύπανσης της ατμόσφαιρας. Συνεπώς, κάνοντας χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συμβάλει ο καθένας ξεχωριστά στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος στον πλανήτη (Koskosas, 2007).

Η διαδικασία ασφαλείας είναι η ίδια με τις προαναφερθείσες τράπεζες, καθώς γίνεται χρήση προσωπικών κωδικών εισόδου, μέσω προηγμένων συστημάτων ασφαλείας με τη πιστοποίηση διεθνών φορέων και αναγνωρισμένα Πρωτόκολλα Κρυπτογράφησης. Όπως και στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, έτσι και στην Πειραιώς ελέγχεται από Firewall. Στην περίπτωση της winbank για την απόκτηση της συσκευής extraPIN generator για τους κωδικούς απαιτείται το κόστος των 5,00€, αν και οι συναλλαγές είναι και σε αυτή την περίπτωση δωρεάν, εξαιρούμενα επίσης τα εμβάσματα προς άλλες τράπεζες εξωτερικού ή εσωτερικού. Οι συναλλαγές που μπορούν να πραγματοποιηθούν δε διαφέρουν σε τίποτα από τις μέχρι τώρα αναφερόμενες, ενώ καταγράφονται και αναλυτικά στην ενότητα 1.2.

Αντίστοιχα λειτουργεί και η ηλεκτρονική τραπεζική της Εμπορικής τράπεζας. Ο πελάτης εγγράφεται δωρεάν, ενημερώνετε για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών καρτών και δανείων, προθεσμιακών καταθέσεων και Χρηματιστηριακών εντολών αλλά και τη θέση Χαρτοφυλακίου των μετοχών. Πραγματοποιούνται συναλλαγές όπως μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς της Εμπορικής τράπεζας ή άλλων τραπεζών εντός Ελλάδας και Ευρωζώνης (χώρες SEPA), εξόφληση λογαριασμών, πληρωμές δημοσίου και φορέων, ανάθεση πάγιων εντολών οργανισμών. Επιπλέον, ισχύει και η Υπηρεσία Alert όπου ο πελάτης μπορεί

να ενημερώνετε για κάθε κίνησή του μέσω sms ή/και Email (μηνύματος ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου). Σημαντική διαφορά της υπηρεσίας Emporiki e.banking σε σύγκριση με τις μέχρι τώρα υπηρεσίες των άλλων τραπεζών, είναι το κόστος. Η εγγραφή και η χρήση είναι δωρεάν, ωστόσο η απόκτηση συσκευής παραγωγής Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας (One-Time-Password) για σημαντικές συναλλαγές, είναι 12,00€ για ιδιώτες. Επίσης, με τη χρήση της υπηρεσίας τηλε-ειδοποιήσεων, Emporiki Alerts, ο πελάτης επιβαρύνεται με 1,90€/μήνα, εφόσον έχει λάβει τουλάχιστον ένα μήνυμα (sms) εντός του τρέχοντος μήνα. Η ενημέρωση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (email) είναι δωρεάν.

Συνεχίζοντας με το Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, η ηλεκτρονική τραπεζική είναι εξίσου εύκολη, γρήγορη και απλή όλο το 24ωρο. Οι επιλογές των πελατών ποικίλλουν, δηλαδή ο χρήστης μπορεί να έχει μια συνολική εικόνα των καταθέσεων του, των δανείων του, τις πραγματοποιημένες και προγραμματισμένες συναλλαγές του. Να μεταφέρει ποσά σε ευρώ ή ξένο νόμισμα εντός της τράπεζας ή και σε άλλες τράπεζες της Ελλάδας και του Εξωτερικού. Διενεργεί περισσότερες από 150 πληρωμές με πεδίο αναζήτησης για γρήγορη ανεύρεση, δυνατότητα υποβολής εκτέλεσης συναλλαγών σε μελλοντική ημερομηνία με δυνατότητα ακύρωσής τους, δημιουργία και αποθήκευση προτύπων των συχνά επαναλαμβανόμενων συναλλαγών, δυνατότητα καταχώρησης πολλαπλών πληρωμών με μια κίνηση, φιλικό και εύχρηστο ημερολόγιο ενημερωμένο με τις συναλλαγές που έχουν εκτελεσθεί, δωρεάν αποστολή sms alerts, μηνύματα ενημέρωσης για την ολοκλήρωση μιας συναλλαγής καθώς και για κάθε είσοδο στο e.banking.¹

Η ηλεκτρονική τραπεζική είναι μια υπηρεσία όπου συναντάται στη διεθνή τραπεζική σκηνή αλλά και στην εγχώρια. Έτσι, δίνεται η δυνατότητα να εξεταστεί και η περίπτωση της HSBC bank στην τραπεζική βιομηχανία της Ελλάδας. Οι ομοιότητες πολλές, οι διαφορές είναι λίγες. Προσφέρεται εύκολα, γρήγορα και απλά η υπηρεσία Internet banking αλλά και phone banking. Ο Έλληνας πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει χρήση πολλών τραπεζικών λειτουργιών μέσω της υπηρεσίας, όπως, να ανοίξει νέο λογαριασμό καταθέσεων, να μεταφέρει εμβάσματα στο εξωτερικό αλλά και να

¹ Οι πληροφορίες δίνονται από την ιστοσελίδα του Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου: www.tt.gr

πληρώσει λογαριασμούς. Επίσης, μπορεί να έχει ηλεκτρονική ενημέρωση συναλλαγών μέσω της λειτουργίας ηλεκτρονικές συμβουλές (e-advice). Επίσης, να ενημερωθεί για τα υπόλοιπα των πιστωτικών καρτών και κινήσεών του, καθώς και να πληροφορηθεί για τιμές ξένου συναλλάγματος. Ακόμη πιο σημαντικό για την τράπεζα, είναι πως ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτει, άμεσα και αναλυτικά. Η επικοινωνία με το κέντρο εξυπηρέτησης είναι γρήγορη και αρκετά συχνή μέσω ασφαλών κρυπτογραφημένων ηλεκτρονικών μηνυμάτων καθώς και τηλεφωνική τεχνική υποστήριξη για την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση. Από τα δυνατά στοιχεία του Ομίλου είναι η υπηρεσία Global View και Global transfers, αναφέρει ο Σταυράκης Νεκτάριος, συνέντευξη 2(στο Παράρτημα).

Η ασφάλεια προέρχεται από ένα 10ψήφιο Προσωπικό Τραπεζικό Αριθμό (Personal Banking Number) και 6ψήφιο Προσωπικό Αριθμό Αναγνώρισης (Personal Identification Number). Είναι απαραίτητη κυρίως για την εγγραφή και χρήση της υπηρεσίας Phone banking αλλά και για την είσοδο στο Internet banking. Για τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων των πελατών της η HSBC bank παρέχει τη συσκευή Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας (Token), αντίστοιχη με το i-code της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος. Όπως και στο i-bank έτσι και σε αυτή την περίπτωση πραγματοποιείται αυτόματα απενεργοποίηση της σύνδεσης σε περίπτωση τριών αποτυχημένων προσπαθειών.²

Μέσω των μοναδικών δυνατοτήτων της η HSBC bank, παρέχει δωρεάν την εγγραφή που γίνεται μέσω διαδικτύου. Το κόστος για αποστολή εμβασμάτων είναι κατά πολύ χαμηλότερο από αυτό που ισχύει στα καταστήματα, παρομοίως και με τις ελληνικές εμπορικές τράπεζες. Οι επιλογές που έχει ο πελάτης είναι ίδιες με αυτές των υπολοίπων τραπεζών, όπου αναφέρονται αλλά και αναλύονται στην ενότητα 1.2. Αυτό που αξίζει να σημειωθεί είναι πως η HSBC bank, χωρίζει τους πελάτες της σε HSBC PREMIER, όπου είναι οι πελάτες με τις υψηλές καταθέσεις και συχνές κινήσεις στους λογαριασμούς τους και στους HSBC ADVANCE, όπου είναι οι πελάτες με μέτρια ποσά καταθέσεων και κινήσεων λογαριασμών. Γίνεται αυτός ο

² Οι πληροφορίες δίνονται από την ιστοσελίδα της τράπεζας: www.hsbcbank.com

διαχωρισμός για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολύ καλών πελατών τους, χωρίς όμως να υποτιμούνται και να νιώθουν έτσι οι υπόλοιποι. Άλλωστε στόχος της τράπεζας είναι η ποιότητα και όχι η ποσότητα των πελατών.

Στην υπηρεσία e.banking της attica bank, όπως και στις υπόλοιπες, οι συναλλαγές παρέχονται δωρεάν, εκτός από τη μεταφορά Εμβασμάτων σε άλλη τράπεζα με αυτόματη πίστωση λογαριασμού (Kagara and Voyiatzis, 2010). Η είσπραξη του πελάτη πραγματοποιείται μέσω του συστήματος Dias credit transfer, με την παρακάτω τιμολογιακή πολιτική που καταγράφεται στον Πίνακα 2:

Πίνακας 2: «Τιμολογιακή πολιτική από την Attica Bank»

ΠΟΣΟ	ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ
Έως 1000€	Πάγιο 0,30€
Από 1000,01€ έως 12,500€	Πάγιο 1€
Ανω 12,500€	Πάγιο 3€

Πηγή: www.atticabank.gr

Οι παρερχόμενες λειτουργίες από την attica e.banking, είναι η άμεση πληροφόρηση για τα στοιχεία, τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών των πελατών. Οι μεταφορές κεφαλαίων μεταξύ προδηλωμένων λογαριασμών στην τράπεζα ή και μεταφορές κεφαλαίων από προδηλωμένο λογαριασμό σε λογαριασμό τρίτου, που τηρείται στην τράπεζα. Επίσης, εμβάσματα με πληρωμή σε μετρητά, με πληρωμή σε μετρητά σε άλλη τράπεζα στην Ελλάδα, ενταγμένη στο σύστημα Dias credit transfer, με αυτόματη πίστωση λογαριασμού σε άλλη τράπεζα στην Ελλάδα ή στο Εξωτερικό, εφόσον συμμετέχει στη SEPA.

Οι πελάτες της Attica bank μπορούν να εξυπηρετηθούν για τις πληρωμές τους όπως και οι πελάτες άλλων τραπεζών, για παράδειγμα πληρώνουν οφειλές σε δημόσια ταμεία, πιστωτικές κάρτες εκδόσεως Attica bank και μη, δάνεια, ασφαλιστικές εταιρίες, έκδοση και ταυτόχρονη εξαργύρωση εργοσήμου ακόμα και επαναφόρτιση της Χρεωστικής Κάρτας (Gift Card Visa).

Σημαντική προϋπόθεση και σε αυτό το ίδρυμα είναι η κατοχή τουλάχιστον ενός λογαριασμού καταθέσεων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking). Έπειτα από αυτό είναι απαραίτητη η σύνδεση στο διαδίκτυο προκειμένου να γίνει χρήση της υπηρεσίας, ακόμη και από το εξωτερικό. Μέσω αυτού επέρχεται το τεχνικό κομμάτι, λόγω του ότι θα πρέπει ο υπολογιστής να υποστηρίζει προγράμματα πλοήγησης (BROWSERS). Κάποια από αυτά είναι 1.Internet Explorer 5.5, 2.Netscape Communicator 7.1, 3.Mozilla Firefox 1.0. Όταν υπάρχει πρόβλημα ο πελάτης μπορεί να απευθυνθεί στο τμήμα βοήθειας (Help desk) της τράπεζας, για να ενημερωθεί με τις κατάλληλες οδηγίες.

Ομοίως, πρωτοπορεί και η Probank, όπου μέσα από ένα σύγχρονο περιβάλλον προσφέρει ευρύ φάσμα συναλλαγών στους πελάτες της. Είτε είναι ιδιώτες είτε είναι εταιρεία και περιλαμβάνει πλήρη ενημέρωση, μεταφορές σε λογαριασμούς εσωτερικού και εξωτερικού, πληρωμές καρτών εκδόσεως Probank και άλλων τραπεζών, λογαριασμών οργανισμών κοινής ωφέλειας, κινητής τηλεφωνίας, φόρων και ασφαλιστικών εισφορών καθώς και δυνατότητα καταχώρησης μισθοδοσίας. Όσον αφορά το θέμα της ασφάλειας, το σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι απολύτως ασφαλές, η πρόσβαση των χρηστών πραγματοποιείται μέσω ψηφιακών πιστοποιητικών (Digital Certificates) που παρέχεται σε όλους τους πελάτες.

Σημαντικό ρόλο στην τραπεζική βιομηχανία της Ελλάδας παίζει και η Τράπεζα Κύπρου, η οποία μαζί με την Αγροτική Τράπεζα, την Ελληνική Τράπεζα αλλά και τη Cyprus Popular Bank, από τις 26 Μαρτίου το 2013 ανήκουν στον όμιλο της Τράπεζας Πειραιώς. Παρέχεται και από την Τράπεζα Κύπρου η ηλεκτρονική τραπεζική, από την υπηρεσία ibank Internet Banking, 24 ώρες το 24ωρο. Ο χρήστης μπορεί να πραγματοποιεί όλες τις συναλλαγές που επιθυμεί, όπως αυτές αναλύθηκαν και για τις υπόλοιπες τράπεζες. Τα συστήματα ασφαλείας είναι υψηλά, δίνοντας προτεραιότητα στον πελάτη. Αυτό συμβαίνει με μια συσκευή Digipass, η οποία είναι υποχρεωτική για χρήση όλων των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Με τεχνολογία κρυπτογράφησης Extended Validation SSL (Secure Sockets Layer), αυτή η μέθοδος έχει ως αποτέλεσμα να χρωματίζεται η μπάρα διευθύνσεων στις τελευταίες εκδόσεις των διάφορων μηχανών αναζήτησης (browsers). Μόνο στην έγκυρη ιστοσελίδα της

Τράπεζας Κύπρου εμφανίζεται η μπάρα διευθύνσεων σε πράσινο χρώμα ασφαλείας, π.χ. Firewalls.

1.3.2 Τηλεφωνική τραπεζική - Phone Banking.

Υπηρεσία κατά την οποία ο πελάτης μπορεί να πραγματοποιεί τραπεζικές συναλλαγές, όλο το 24ωρο, μόνο με ένα απλό τηλεφώνημα, ακόμη και από το εξωτερικό.

Η Alpha Phone Banking, προσφέρει τις υπηρεσίες της μέσα από δύο τρόπους, 1) μέσω αυτόματου συστήματος IVR, με χρήση των πλήκτρων της συσκευής και 2) με τη καθοδήγηση εκπροσώπου της τραπεζής, σε αντίθεση με την HSBC bank όπου το τμήμα επικοινωνίας (contact center) λειτουργεί καθημερινά έως τις 18.00 μμ, όπως εξηγεί ο Σταυράκης Νεκτάριος συνέντευξη 2(στο Παράρτημα), αντίστοιχα και η υπηρεσία phone banking της Τράπεζας Πειραιώς ακολουθεί ίδια τακτική με την Alpha Phone Banking. Όλο το 24ωρο είτε μέσω του αντιπρόσωπου εξυπηρέτησης στο τηλεφωνικό κέντρο της υπηρεσίας, είτε μέσω προηγμένου συστήματος διαδραστικής φωνητικής απόκρισης (IVR).

Προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι συναλλαγές, μέσω σταθερού τηλεφώνου, χρειάζονται οι προσωπικοί κωδικοί του καθενός. Για παράδειγμα, στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, η πρόσβαση του χρήστη στην υπηρεσία γίνεται με τον προσωπικό 6ψήφιο κωδικό χρήστη (User ID) και ένα κωδικό μιας χρήσης, που παράγεται ηλεκτρονικά από τη συσκευή i-code (η οποία παραδίδεται ή αντικαθίσταται δωρεάν). Σε περίπτωση που ο χρήστης εισάγει λάθος κωδικό για 4 συνεχόμενες φορές, απενεργοποιείτε και θα πρέπει να επικοινωνήσει με το Κέντρο Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης, όπου οι συνομιλίες καταγράφονται για λόγους ασφαλείας.

Με τον ίδιο τρόπο συμβαίνει και στην HSBC bank, όπου ζητείται ο Προσωπικός Τραπεζικός Αριθμός (PBN) και ο Προσωπικός Αριθμός Αναγνώρισης (PIN). Επίσης, στην Τράπεζα Πειραιώς ο χρήστης προκειμένου να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία είναι υποχρεωμένος να διαθέτει τραπεζικό λογαριασμό στην τράπεζα. Αφού

συμπληρώσει την αίτηση και προσκομίσει τα απαραίτητα δικαιολογητικά αποκτά τους κωδικούς USER ID και PIN.

Ο πελάτης αφού ολοκληρώσει τις συναλλαγές του, με βάση τις οδηγίες, λαμβάνει ένα «αποδεικτικό sms» ή fax απευθείας. Αυτό συμβαίνει σε όλες τις τράπεζες που διαθέτουν την υπηρεσία, εκτός από την HSBC bank, η οποία στέλνει ταχυδρομικά τις τραπεζικές κινήσεις των πελατών της. Κάτι το οποίο αντίκειται στα πλεονεκτήματα του περιβαλλοντικού προβλήματος που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική, αναφέρεται αναλυτικά στην ενότητα 1.4.

Ομοίως και η Εμπορική Τράπεζα διαθέτει την υπηρεσία Phone Banking, όπου με μια κλήση ο πελάτης και χρήστης της υπηρεσίας μπορεί εύκολα και γρήγορα να δηλώσει κλοπή και απώλεια κάρτας, να πληροφορηθεί για τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες και γενικά για όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει η τράπεζα. Επίσης, να ενημερωθεί για τις παροχές υγείας των πιστωτικών καρτών «Προνόμιο Υγείας» αλλά και για το Χαρτοφυλάκιο των μετοχών του. Να αναζητήσει καταστήματα και ATM's καθώς και να συνδεθεί με εκπρόσωπο της τράπεζας.

Το συγκριτικό πλεονέκτημα της Millennium bank, είναι η άψογη εξυπηρέτηση που παρέχεται όχι μόνο από το διαδίκτυο αλλά και από το Αυτόματο Τηλεφωνικό Κέντρο Εξυπηρέτησης. Το γνωστό τηλεφωνικό κέντρο (Contact Center), όπου ο χρήστης διαθέτει πλήθος συναλλαγών προς πραγματοποίηση, γρήγορα και εύκολα με τη βοήθεια εκπροσώπων, ολοκληρωμένη ενημέρωση και 24ωρη εξυπηρέτηση. Επίσης, ο πελάτης της Millennium bank έχει τη δυνατότητα να ενημερώνετε για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών του, των δανείων και των καρτών του. Να πραγματοποιεί μεταφορές σε λογαριασμούς του και λογαριασμούς τρίτων στη Millennium bank, μεταφορά σε τράπεζες εσωτερικού και εξωτερικού αλλά και χρηματιστηριακές συναλλαγές. Τέλος, η πληρωμή πιστωτικών καρτών, λογαριασμών δημοσίων οργανισμών αλλά και διάφορων εταιρειών είναι πλέον από τις πιο συνηθισμένες λειτουργίες της υπηρεσίας Phone Banking.

Στη συγκεκριμένη υπηρεσία, όπως αναφέρθηκε παραπάνω και για τις υπόλοιπες τράπεζες, βασικός παράγοντας είναι η ασφάλεια που παρέχει η τράπεζα και θα πρέπει να νιώθει ο χρήστης. Γι' αυτό το λόγο οι συνομιλίες χρήστη και εκπροσώπου της

τράπεζας πάντα καταγράφονται. Για το λόγο αυτό, ζητείται ο 10-ψήφιος κωδικός πελάτη (CIF), ο 4-ψήφιος προσωπικός κωδικός (phone PIN), τα τρία προσωπικά στοιχεία που έχει επιλέξει ο χρήστης ως επιπρόσθετη ασφάλεια για την τηλεφωνική του εξυπηρέτηση (Koskosas, 2011). Ο λόγος για τον οποίο συμβαίνει αυτό, είναι διότι πιστοποιείται η ακρίβεια των στοιχείων και διασφαλίζεται η πρόσβαση στο αυτόματο μενού αλλά και στον εκπρόσωπο. Επίσης, έπειτα από τρεις λανθασμένες προσπάθειες εισαγωγής των κωδικών μπλοκάρεται αυτόματα η σύνδεση καθώς η απεμπλοκή γίνεται με την επίσκεψη του χρήστη στο κατάστημα.

Η Τράπεζα Κύπρου αν και εξαγορασμένη από τον Όμιλο Πειραιώς, λειτουργεί με μεγάλη επιτυχία την ηλεκτρονική τραπεζική και μέσω του Phone Banking Κύπρου. Οι συναλλαγές των χρηστών διασφαλίζονται μέσω της απόκτησης και χρήσης της συσκευής Digipass. Μια συσκευή η οποία είναι υποχρεωτική για όλες τις λειτουργίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο πελάτης χρησιμοποιώντας την υπηρεσία μπορεί να εξυπηρετηθεί για τις κάρτες του, για τις Χρηματιστηριακές πληροφορίες ή συναλλαγές, τραπεζικές συναλλαγές, προϊόντα καταθέσεων αλλά και τεχνικά προβλήματα. Επίσης, ο εκπρόσωπος της τράπεζας είναι υποχρεωμένος να εξυπηρετεί τον κάθε χρήστη παρέχοντάς του πλήρη ασφάλεια μέσω των User ID και Κωδικού Ασφαλείας. Εγκατεστημένο το πλέον γνωστό αυτοματοποιημένο σύστημα εξυπηρέτησης (IVR), δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να νιώθει ασφάλεια και σιγουριά για τις συναλλαγές που πραγματοποιεί μέσω τηλεφώνου.

1.3.3 Κινητή τηλεφωνική τραπεζική - Mobile Banking.

Στην ενότητα 1.3 εντοπίζεται η εξυπηρέτηση της τραπεζικής αγοράς στον Ελλαδικό χώρο, τη δεδομένη χρονική στιγμή. Καλύπτεται όλο το φάσμα της τραπεζικής βιομηχανίας, αφού εξετάζονται τραπεζικά ιδρύματα όπως η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, η Alpha bank, η Emporiki bank και πολλές ακόμη βασιζόμενες στις λειτουργίες της τραπεζικής όπως Mobile Banking, Phone Banking, Internet Banking.

Η υπηρεσία Mobile Banking παρέχει τη δυνατότητα στους πελάτες της τράπεζας να εκτελούν τραπεζικές συναλλαγές μέσω κινητού τηλεφώνου, αρκεί να υποστηρίζονται από υπηρεσίες μέσω προγραμμάτων πλοήγησης (browser). Η λειτουργία της συγκεκριμένης υπηρεσίας προϋποθέτει κάποιες εγκαταστάσεις στο Smartphone κινητό, προκειμένου να γίνουν οι απαραίτητες συναλλαγές.

Εικόνα 2: «Εφαρμογή m-banking σε smartphone κινητό»



Πηγή: www.eurobank.gr

Συγκεκριμένα η Alpha bank διαθέτει ειδικές εφαρμογές για την υπηρεσία, για κινητές συσκευές με λειτουργικό IOs, Android και Windows phone. Ορισμένες ρυθμίσεις απαιτούνται πριν γίνει η σύνδεση με τη λειτουργία και ειδικά ο ορισμός της ηλεκτρονικής διεύθυνσης της Alpha bank. Ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να κάνει χρήση της υπηρεσίας ακόμη και σε χώρες των οποίων οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας έχουν κάνει συμφωνία αποστολής δεδομένων με την Ελλάδα. Συνεπώς, έχοντας ενεργοποιηθεί η υπηρεσία Alpha Mobile Banking, υπάρχει η δυνατότητα να ενημερώνετε για τα υπόλοιπα, τις κινήσεις των τραπεζικών λογαριασμών του, το διαθέσιμο υπόλοιπο αγορών καθώς και τις τελευταίες κινήσεις μετά την έκδοση του τελευταίου εκκαθαριστικού του δανείου «Alpha Επιλογή» και «Alpha 700». Να μεταφέρει χρήματα μεταξύ λογαριασμών που είναι προδηλωμένοι στο προφίλ της συνδρομής του, να πραγματοποιήσει πληρωμές προς το Δημόσιο, Ταμεία, Εταιρίες τηλεφωνίας και άλλα πολλά τα οποία υπάρχουν αναλυτικά στην ενότητα 1.2.

Ένας ακόμη βασικός παράγοντας που προβληματίζει τους πελάτες είναι το ενδεχόμενο κόστος της υπηρεσίας. Η εγγραφή στην υπηρεσία Alpha Mobile Banking αλλά και η χρήση της είναι δωρεάν όπως και στις περισσότερες τράπεζες. Ο πελάτης δεν επιβαρύνετε με έξοδα ή προμήθειες για την οποιαδήποτε συναλλαγή πραγματοποιεί από την υπηρεσία. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί πως οι λογαριασμοί δεν επιβαρύνονται με έξοδα κινήσεως, όσες συναλλαγές και να προηγηθούν. Αντιθέτως, για τυχόν χρεώσεις ανάλογα με την αποστολή των δεδομένων θα πρέπει να απευθυνθεί ο πελάτης στην εταιρία κινητής τηλεφωνίας στην οποία είναι συνδρομητής.

Ομοίως, και στην υπηρεσία Mobile Banking της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος, χρησιμοποιώντας την υπηρεσία, ο πελάτης εξοικονομεί όχι μόνο χρόνο αλλά και χρήματα. Αφού, η παροχή χρήσης της υπηρεσίας, καθώς και η παράδοση ή η αντικατάσταση της συσκευής i-code παρέχονται δωρεάν. Η πληροφόρηση και οι διαθέσιμες συναλλαγές όπως και στην Alpha Mobile Banking έτσι και στην Εθνική Τράπεζα Ελλάδος είναι δωρεάν, με τη διαφορά ότι η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος παρέχει και παρακολούθηση Χρηματιστηριακών Αγορών Ελλάδας και Κύπρου, η οποία είναι επίσης δωρεάν.

Προηγουμένως αναφέρθηκε πως η υπηρεσία Alpha Mobile Banking υποστηρίζει κινητές τηλεφωνικές συσκευές με λειτουργικό λογισμικό όπως IOs, Android, Windows Phone, η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος δέχεται επιπρόσθετα iPhone, iPodTouch, Blackberry, Windows Mobile και Symbian. Αντίθετα με την Alpha Mobile Banking, παρέχει στον πελάτη τη δυνατότητα να πληροφορηθεί για τα δέκα πλησιέστερα καταστήματα ή ATM της Εθνικής Τράπεζας.

Αντίστοιχα, η υπηρεσία Mobile Banking της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος, δίνει τη δυνατότητα στον πελάτη να ενημερωθεί για τους λογαριασμούς και τις πιστωτικές του κάρτες, όπως και στην Alpha Mobile Banking. Να μεταφέρει χρήματα σε λογαριασμούς της Εθνικής Τράπεζας Ελλάδος, να πληρώσει δημόσιους (ΔΕΗ, ΟΤΕ) και ιδιωτικούς (Εταιρείες Κινητής Τηλεφωνίας) φορείς αλλά και την πιστωτική του κάρτα. Επίσης, ειδοποιήσεις τιμών μετοχών μέσω της υπηρεσίας push notifications

της Apple συσκευές όπως iPhone και iPodTouch και δυνατότητα τηλεφωνικής κλήσης και αποστολής email στο Κέντρο Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης της ΕΤΕ.

Η υπηρεσία i-bank Mobile Banking της Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, προσφέρει μια ξεχωριστή λειτουργία στο Smartphone κινητό των πελατών της. Συγκεκριμένα μπορεί να παρακολουθεί τη σύνθεση και τις διακυμάνσεις (πέντε πρώτες πτωτικές και ανοδικές μετοχές) του Γενικού Δείκτη του Χρηματιστηρίου Αθηνών, του Γενικού Δείκτη Χ.Α.Κ., του Χ.Α.20, Χ.Α. 40, Χ.Α. 80 και Χ.Α. 140. Αναλυτικότερα υπάρχουν όλες οι λειτουργίες στην ενότητα 1.2. Αξίζει να σημειωθεί πως η συγκεκριμένη υπηρεσία δεν προϋποθέτει χρήση της υπηρεσίας Mobile Banking και υποστηρίζεται με push notifications μόνο για συσκευές iPhone, iPodTouch, ενώ δεν είναι εφικτό για συσκευές με λειτουργικό λογισμικό Windows Phone και Android.³

Η υπηρεσία Mobile Banking της Εμπορική bank (η οποία έχει συγχωνευθεί με την Alpha bank) τείνει να μοιάζει με τα τραπεζικά προϊόντα και υπηρεσίες της Mobile Banking από την Εθνική Τράπεζα Ελλάδος. Παρέχει ακριβώς τις ίδιες δυνατότητες με μόνη διαφορά ότι τα κινητά τηλέφωνα iPhone είναι αυτά που υποστηρίζουν την εφαρμογή της Εμπορικής Τράπεζας καθώς και όσα διαθέτουν λειτουργικό IOs 4.0.

Ομοίως και η Τράπεζα Πειραιώς ακολουθεί την ίδια τακτική, παρέχοντας στους πελάτες της ταχύτητα και ευκολία μέσω της υπηρεσίας Mobile Banking, για πραγματοποίηση τραπεζικών και Χρηματιστηριακών συναλλαγών, μέσω Android ή iPhone κινητά τηλέφωνα. Οι κατηγορίες συναλλαγών είναι ίδιες με τις προαναφερθείσες τράπεζες, εάν εξαιρεθεί η διαχείριση προπληρωμένης κάρτας winbankWEBUY και η ανανέωση χρόνου ομιλίας κινητών τηλεφώνων. Το κόστος της υπηρεσίας μέσω της εφαρμογής winbank mobile App, είναι χαμηλότερο έως και ανύπαρκτο απ' ότι το κόστος στα υποκαταστήματα των τραπεζών.

Μέσω αμφίδρομης ανταλλαγής σύντομων γραπτών μηνυμάτων, εκτελούνται γραπτές συναλλαγές όπως μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, ερώτηση υπολοίπου των λογαριασμών αλλά και διακύμανση του λογιστικού υπολοίπου των λογαριασμών

³ Οι πληροφορίες δίνονται από την ιστοσελίδα της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος μέσω του συνδέσμου: www.ibank.gr

πάνω ή κάτω από τα όρια που έχουν οριστεί. Επίσης, πληροφορούνται για τις κινήσεις των λογαριασμών, ενημέρωση για συγκεκριμένες κινήσεις στους λογαριασμούς λόγω οποιασδήποτε χρέωσης ή πίστωσης. Έχουν τη δυνατότητα να εκτελούν εντολές αγοραπωλησίας μετοχών στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών.

Αναμφισβήτητα, οι προδιαγραφές ασφαλείας είναι ίδιες για όλες τις παραπάνω τράπεζες που διαθέτουν την υπηρεσία Mobile Banking. Με σκοπό να διατίθεται η υπηρεσία μέσα από ένα ασφαλές περιβάλλον, έχει υλοποιηθεί η ασφάλεια που προσφέρει διεθνώς το πρωτόκολλο WTLS, για συναλλαγές που εκτελούνται μέσω κινητού τηλεφώνου. Το πρωτόκολλο WTLS είναι ανάλογο του SSL στο Internet και εξασφαλίζει τη κρυπτογράφηση των δεδομένων. Ο συνδρομητής χρησιμοποιεί προσωπικούς κωδικούς (κωδικό συνδρομητή, μυστικό κωδικό πρόσβασης) και τον Πρόσθετο Κωδικό Ασφαλείας, για να σύνδεση στο διαδίκτυο. Επίσης, μπορεί να δηλώσει έναν εναλλακτικό κωδικό συνδρομητή (alias) ή/και να αλλάξει το μυστικό κωδικό.

Η πολιτική της Τράπεζας είναι να μη ζητάει ποτέ (τηλεφωνικώς ή μέσω email) τους κωδικούς. Είναι προσωπικοί και ο πελάτης οφείλει να είναι αυστηρά προσεκτικός (Koskosas, 2011). Από την πλευρά του συστήματος ασφαλείας, σε περίπτωση που ο χρήστης δώσει πέντε συνεχόμενες φορές λάθος κωδικό τότε θα διακοπεί αυτόματα η σύνδεση καθώς υπάρχει και όριο χρόνου για τις συναλλαγές, είναι στα τριάντα λεπτά (Session Timeout). Επίσης, στην περίπτωση που δεν πραγματοποιηθεί καμία συναλλαγή εντός 20 λεπτών τότε και πάλι η διαδικασία διακόπτεται αυτόματα. (Idle Timeout).

Η Millennium Bank, όπως και οι υπόλοιπες τράπεζες που προσφέρουν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, διαθέτει στο κοινό των πελατών της την υπηρεσία Mobile Banking. Τα Smartphone κινητά τηλέφωνα έχουν τη δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο, από αυτή την εφαρμογή ο χρήστης άμεσα ενημερώνετε για όλες τις λειτουργίες.

Ακριβώς με την ίδια πολιτική λειτουργεί και η Τράπεζα Κύπρου. Από την εφαρμογή ibank της Τράπεζας Κύπρου σε συνδυασμό με την κατοχή λογισμικού iOS (iPhone,

iPad, iPod touch) και Android. Ακόμη και σε αυτή την περίπτωση ο πελάτης μπορεί να ενημερωθεί για τα υπόλοιπα και κινήσεις τραπεζικών λογαριασμών σε Ελλάδα και Κύπρο, να παρακολουθεί υπόλοιπα, στοιχεία, νέες συναλλαγές και μηνιαίους λογαριασμούς καρτών, να πραγματοποιεί μεταφορές μεταξύ λογαριασμών σε τρίτους και μη εντός της Τράπεζας Κύπρου και να εντοπίζει το πλησιέστερο κατάστημα ή ΑΤΜ σε Ελλάδα και Κύπρο.⁴

Οι κωδικοί ασφαλείας είναι απαραίτητοι και υποχρεωτικοί, προκειμένου να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του ο χρήστης, ακόμη και για απλή ενημέρωση. Έχοντας πρόσβαση στο διαδίκτυο μπορεί να πραγματοποιήσει όλα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω, για τις υπόλοιπες τράπεζες, μηδενός εξαιρουμένου.

⁴ Οι πληροφορίες δίνονται από την ιστοσελίδα της τράπεζας: www.bankofcyprus.com

1.4 Η συμβολή της βιωσιμότητας στην ηλεκτρονική τραπεζική.

1.4. 1 Η συμβολής της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην κοινωνία.

Η εταιρική κοινωνική ευθύνη είναι έννοια που αφορά άμεσα τις επιχειρήσεις. Είναι υποχρέωσή τους να προκαλούν το ενδιαφέρον της κοινωνίας προκειμένου να αποκτήσουν μια ολοκληρωμένη τοποθέτηση στην αγορά. Στην παρούσα μελέτη απευθύνονται κυρίως στην εγκληματικότητα που υπάρχει, στο πως μπορεί να αποφευχθεί και να εξαλειφθεί μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Επίσης, στοχεύει στο γεγονός ότι αποδεδειγμένα τον εργαζόμενο ή μη, καταναλωτή από τον περιορισμένο χρόνο που διαθέτει προκειμένου να εκπληρώσει κάποιες τραπεζικές υποχρεώσεις του, αφού έχει τη δυνατότητα να τις πραγματοποιήσει όλο το 24ωρο μέσω διαδικτύου ή σταθερού τηλεφώνου ή ακόμη και κινητού τηλεφώνου.

Οι τράπεζες ολοένα και ενστερνίζονται την έννοια της κοινωνικής υπευθυνότητας στις στρατηγικές τους, όπως αναφέρθηκε πρόσφατα σε μελέτη της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών (ΕΕΤ). Με βάση το παραπάνω κίνητρο εφαρμόζουν προγράμματα κοινωνικής προσφοράς υποστηρίζοντας εκπαιδευτικές, πολιτιστικές, αθλητικές πρωτοβουλίες υλοποιώντας χορηγικές ενέργειες προς ευπαθείς κοινωνικές ομάδες και κοινωφελείς μη κερδοσκοπικές οργανώσεις. Τα συγκεκριμένα προγράμματα αφορούν κυρίως την ενίσχυση και υποστήριξη των τομέων της υγείας, του αθλητισμού και της εκπαίδευσης. Αξίζει να σημειωθεί πως, κατά τη διάρκεια του 2009 πέντε μεγάλοι, σε όρους, τραπεζικοί όμιλοι δαπάνησαν για χορηγίες το ποσό των 42,3 εκατ. Ευρώ.⁵

Η λιανική τραπεζική είναι πλέον ευρέως διαδεδομένη με αποτέλεσμα να την υποστηρίζει όλο και περισσότερο, η τραπεζική βιομηχανία. Η τεχνολογία σε συνδυασμό με το διαδίκτυο εξελίσσεται συνεχώς με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να μην ενεργεί, όπως προηγουμένως. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να αναφερθεί το γεγονός της μη επίσκεψης στην τράπεζα, το οποίο έχει σαν αποτέλεσμα να χάνεται η κοινωνική - προσωπική επαφή μεταξύ των καταναλωτών με τους υπαλλήλους του υποκαταστήματος. Αυτό προκαλεί την αποξένωση των ανθρώπων, στη συνέχεια

⁵ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την ιστοσελίδα της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών με σύνδεσμο: <http://www.banksnews.gr/portal/useful/987-2010-08-20-12-12-06>

τείνει να εκλείψει η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων και πολύ αργότερα ίσως και οι εργαζόμενοι, αφού θα έχουν αντικατασταθεί τα πάντα από τα ηλεκτρονικά μηχανήματα. Ένα από τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η επιρροή ωστόσο είναι άλλοτε θετική και άλλοτε αρνητική. Αυτό γιατί στην πρώτη περίπτωση οι καταναλωτές νιώθουν πως εξελίσσονται, προχωρούν, είναι πιο δυνατοί και φυσικά γλιτώνουν πολύ χρόνο, αφού διευκολύνονται για τις εργασίες τους μέσω ηλεκτρονικών συσκευών. Συνήθως ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ μεταξύ 18-45 ετών, σε αντίθεση με το γκρουπ των 45-50 και άνω, όπου είναι γενεές οι οποίες δεν είναι τόσο ή και καθόλου εξοικειωμένες με το διαδίκτυο ή ακόμη και με τους Η/Υ (Sullivan and Wang, 2005).

Τότε επέρχεται ένα είδος ρατσισμού, το οποίο δεν υφίσταται στην πραγματικότητα, ο χρήστης που δεν γνωρίζει πώς να λειτουργεί τις ηλεκτρονικές συσκευές νιώθει πως δεν μπορεί να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα και στο νέο τρόπο ζωής, επειδή τα γεγονότα τον προλαβαίνουν.

Αξιόλογη είναι η προσπάθεια της Εθνικής Τράπεζας δημιουργώντας ένα εθελοντικό πρόγραμμα εκπαίδευσης, το οποίο ονομάζεται «Δείξε τους», στο i-bank store της Εθνικής Τράπεζας. Ένα πρόγραμμα μέσα από το οποίο εθελοντές-εκπαιδευτές, παίρνουν μέρος στην προσπάθεια να διδάξουν σε άτομα μεγαλύτερης ηλικίας τον τομέα της Πληροφορικής. Κυρίως εστιάζουν στο διαδίκτυο αλλά και σε πιο βασικές διαδικασίες λειτουργίας του ηλεκτρονικού υπολογιστή. Είναι πολύ σημαντικό καθώς δε νιώθουν απομονωμένοι και αποστασιοποιημένοι από την εποχή, παρά εντάσσονται στην κοινωνία, ξεπερνώντας το χάσμα.⁶

Εικόνα 3: I-bank store της Εθνικής Τράπεζας στο The Mall Athens



Πηγή: www.ibank.gr

⁶ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την ιστοσελίδα της Εθνικής τράπεζας με σύνδεσμο: www.ibankstore.gr

Η καθημερινότητα το αποδεικνύει, πως ο ηλεκτρονικός αναλφαβητισμός μπορεί να δημιουργήσει πρόβλημα, όταν πλέον τις περισσότερες εκκρεμότητες του δημοσίου φορέα (φορολογική δήλωση, τέλη κυκλοφορίας) ο πολίτης καλείται να τις τακτοποιήσει ηλεκτρονικά.

Επίσης, ανάλογα συμπεριφέρεται και η Millennium Bank, η οποία δελεάζει το κοινό, αφού βάλει στη ζωή του την ηλεκτρονική τραπεζική, πραγματοποιεί ένα διαγωνισμό προκειμένου να κερδίσει χρόνο και δωροεπιταγές καυσίμων. Πραγματοποιώντας όλες τις συναλλαγές του ο καταναλωτής μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής κερδίζει μια από τις 90 δωροεπιταγές καυσίμων από την εταιρεία Revoil αξίας 30€. Συνεπώς, κάνοντας χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής ο χρήστης – καταναλωτής είναι περισσότερο επωφελημένος από πριν, επέρχεται ισορροπία στην κοινωνία και εξαφανίζεται ο ρατσισμός.⁷

Οι ενέργειες αυτές κυρίως φαίνονται πως αποσκοπούν στο κέρδος και στη χρήση της υπηρεσίας, όμως στην πραγματικότητα σκοπός τους είναι η ένταξη των ευπαθών ομάδων στο κοινωνικό σύνολο με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

⁷ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την τράπεζα Millennium με σύνδεσμο: www.millenniumbank.gr

1.4.2 Η συμβολής της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην οικονομία.

Η ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) συνοδεύεται και από την τηλεφωνική τραπεζική (σταθερού και κινητού τηλεφώνου). Ανήκει στην λιανική τραπεζική βιομηχανία, όπου μέσω αυτής οι τράπεζες δίνουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους που αφορούν την τράπεζα, μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή/tablet, εφόσον υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο και μέσω τηλεφώνου, του κινητού τους ή σταθερού από το γραφείο, το σπίτι κ.ο.κ. Σε κάποιες τράπεζες στην Ελληνική αγορά, όπως στην Alpha bank, απαιτείτε κόστος εγγραφής ύψους εννέα ευρώ, όπως και στην Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, όπου είναι επτά ευρώ (Olga, 2003). Στις υπόλοιπες τράπεζες διαφοροποιούνται οι διαδικασίες, αυτό που προϋποθέτει προκειμένου να είναι κάποιος χρήστης είναι η κατοχή τραπεζικού λογαριασμού, αλλιώς δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία. Για κάποιους το κόστος μπορεί να θεωρείτε υψηλό, όμως παρατηρώντας τα οφέλη που του προσφέρονται είναι διατεθειμένος να εγγραφεί.

Κάνοντας χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ο χρήστης δε σκέφτεται πια το χρόνο, αφού το ωράριο και ο τρόπος διεκπεραίωσης εργασιών είναι ευέλικτα προκειμένου να πραγματοποιηθούν οι συναλλαγές. Απαλλάσσεται από τη χρονοβόρα διαδικασία που συναντά στα υποκαταστήματα, πολύ σημαντικός παράγοντας αφού δεν χρειάζεται να είναι εκλιπών από την εργασία του (Blauw and Franses, 2011). Επίσης, βασικό είναι και η μεταφορά από και προς το υποκατάστημα, στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν είναι υποχρεωμένος να παρευρεθεί στο κατάστημα οπότε το χρηματικό κόστος που γλιτώνει είναι αξιοσημείωτο. Η δυσκολία της μεταφοράς είναι ένας λόγος για τον οποίο υιοθετείται η ηλεκτρονική τραπεζική, κυρίως από ευπαθείς ομάδες (Koskosas, 2011).

Με βάση μια πρόσφατη μελέτη της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών, οι καταναλωτές έχουν σημαντικό οικονομικό όφελος από τη χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε εθνικό επίπεδο τα αποτελέσματα προκύπτουν ακόμη πιο σημαντικά λόγω της εξοικονόμησης των πόρων. Για παράδειγμα η χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από ένα εκατ. καταναλωτές θα εξοικονομούσε ένα σεβαστό ποσό ετησίως, ενώ θα πρέπει να ληφθεί υπόψη και η μείωση του απολεσθέντος εργατοχρόνου, πρόκειται για τις χαμένες εργατο-ώρες όταν οι καταναλωτές

χρησιμοποιούν τα υποκαταστήματα. Υπάρχουν σημαντικές ενδείξεις πως ο μέσος Έλληνας δεν έχει κατανοήσει ακόμα πλήρως το μέγεθος της σημασίας και αξίας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ για παράδειγμα στις Ευρωπαϊκές χώρες ο βαθμός διείσδυσης των υπηρεσιών αυτών στους χρήστες του διαδικτύου ξεπερνά το 50% (το ποσοστό για τις βορειο-ευρωπαϊκές χώρες ξεπερνά το 70-80%), στην Ελλάδα μόνο το 12% των χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποιεί web banking.⁸

Συμπερασματικά, τόσο η συμβολή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην κοινωνία όσο και στην οικονομία είναι βασικοί και απαραίτητοι παράγοντες, προκειμένου να υιοθετείται η σωστή επικοινωνία μεταξύ των πολιτών.

⁸ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την ιστοσελίδα της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών με σύνδεσμο: <http://www.banksnews.gr/portal/useful/987-2010-08-20-12-12-06>

1.4.3 Η συμβολή της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο περιβάλλον.

Η βιωσιμότητα κάθε επιχείρησης-υπηρεσίας αντικατοπτρίζεται από τους τρεις κύριους πυλώνες της. Οι δύο μόλις αναλύθηκαν παραπάνω, καθώς είναι η κοινωνία και η οικονομία. Ο τρίτος και βασικότερος είναι το περιβάλλον. Περιβάλλον με την ευρύτερη οικολογική έννοια. Η ηλεκτρονική τραπεζική στηρίζει και αναδεικνύει και αυτή την πλευρά. Αυτό μπορεί να διαπιστωθεί από πολλές περιπτώσεις: πρώτον, ο καταναλωτής αντί να χρησιμοποιεί κάποιο μεταφορικό μέσο (αυτοκίνητο, μηχανή) που εκ των πραγμάτων μολύνει την ατμόσφαιρα, πραγματοποιεί τις συναλλαγές του μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ή τηλεφώνου και έτσι δε συμβάλλει στην μόλυνση του περιβάλλοντος και δεύτερον, προκειμένου ο καταναλωτής να τακτοποιήσει τις τραπεζικές του συναλλαγές, θα χρειαστεί πολύ χαρτί, χάρη της ατελείωτης γραφειοκρατίας που απαιτείται από το Ελληνικό κράτος.

Αυτόματα η ηλεκτρονική τραπεζική προτιμάται από το κοινό, διότι είναι ο οικολογικός τρόπος συναλλαγής με την τράπεζα, αφού στη συγκεκριμένη υπηρεσία για να πραγματοποιήσει κάποιος τις συναλλαγές του χρειάζεται μόνο έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή, το κινητό του τηλέφωνο ή το σταθερό τηλέφωνο. Έπειτα από την ολοκλήρωση των συναλλαγών, λαμβάνει ο πελάτης ενημερωτικό email, εισερχόμενο μήνυμα ή fax, προκειμένου να υπάρχει κάτι ενδεικτικό αλλά όχι αποδεικτικό⁹. Εξαρτάται πάντα από την πολιτική της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται. Μέσω αυτής της διαδικασίας η άσκοπη σπατάλη χαρτιού μειώνεται στο ελάχιστο με σκοπό να εκμηδενιστεί.

Μπορεί τα αποτελέσματα σε ατομικό επίπεδο να μην είναι σημαντικά, όμως σε μάζες και εφόσον υιοθετηθεί από τις ρίζες, τότε είναι αξιοσημείωτα. Όταν αναφέρονται οι «ρίζες», επισημαίνεται η γενικότερη και απαραίτητη γραφειοκρατία που χρειάζεται, η οποία τουλάχιστον στο τραπεζικό σύστημα θα πρέπει να περιοριστεί, η άσκοπη χρήση χαρτιού θα μπορούσε να αντικατασταθεί από κάποιο ηλεκτρονικό φάκελο που θα ανήκει στον εκάστοτε πελάτη, έτσι ώστε να γνωρίζει η τράπεζα όλες του τις κινήσεις αλλά και ο ίδιος αφού θα μπορεί να τις αποκτήσει μέσω e-mail ή κάθε φορά με ένα εισερχόμενο μήνυμα στο κινητό του.

⁹ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την τράπεζα HSBCBank με σύνδεσμο: www.hsbcbank.com

Αντίθετα η βρετανική τράπεζα HSBC Bank, προκειμένου να ενημερώσει τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αντί να στείλει κάποιο ενημερωτικό email ή μήνυμα στο κινητό, στέλνει ταχυδρομικά στους πελάτες της όλες τις κινήσεις και συναλλαγές που πραγματοποιήσαν. Δυστυχώς, την ίδια τακτική ακόμη και όταν δε γίνεται χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής την έχει υιοθετήσει και η Alpha bank αλλά και η Eurobank. Κάτι το οποίο αντίκειται στην οικολογική πλευρά των επιχειρήσεων της τραπεζικής βιομηχανίας στην Ελλάδα.

Πρόσφατη μελέτη της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών απέδειξε πως ο μέσος καταναλωτής είναι ευαισθητοποιημένος για το περιβάλλον και είναι πρόθυμος να υιοθετήσει εναλλακτικούς τρόπους εξοικονόμησης χρημάτων. Για παράδειγμα, για ένα εκατ. καταναλωτές που χρησιμοποιούν τη συμβατική οδό η χρήση της υπηρεσίας θα είναι λυτρωτική και θα έχει σημαντική συνεισφορά στη μείωση των ρύπων¹⁰.

Οι τράπεζες υιοθετούν συγκεκριμένες διόδους περιβαλλοντικής πολιτικής με κύριο γνώμονα την εξοικονόμηση της ενέργειας, όπως μείωση της καταναλώσεως του ηλεκτρικού ρεύματος, τη διαχείριση αποβλήτων (π.χ. ανακύκλωση χαρτιού) και την τήρηση περιβαλλοντικών αρχών από τους προμηθευτές τους. Ειδικότερα, οι τράπεζες εφαρμόζουν συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης, σύμφωνα με διεθνή πρότυπα (ISO 14001, EMAS - European Eco-Management and Audit Scheme) και εντάσσονται σε δείκτες αειφορίας (FTSE4Good) που αξιολογούν ετησίως τις περιβαλλοντικές τους επιδόσεις. Τη διάρκεια του έτους 2009, οι τράπεζες υποστήριζαν επενδύσεις σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, ενώ προτεραιότητα ήταν η αύξηση του αριθμού των χρηστών και των συναλλαγών μέσω της προώθησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής με προφανή αντίστοιχα περιβαλλοντικά οφέλη¹¹.

¹⁰ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την ιστοσελίδα Eltrun: www.eltrun.gr

¹¹ Οι πληροφορίες δόθηκαν από την ιστοσελίδα της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών με σύνδεσμο: <http://www.banksnews.gr/portal/useful/987-2010-08-20-12-12-06>

2.Βιβλιογραφική Προσέγγιση.

Παρακάτω περιγράφονται συνοπτικά, μελέτες και θεωρίες σε παγκόσμια κλίμακα τόσο για την υιοθέτηση όσο και την ικανοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Σκοπός της ενότητας αυτής είναι να τονιστούν οι διαφορές αλλά και οι ομοιότητες σχετικά με τις προηγούμενες μελέτες, μέσω της ανάλυσης και καταγραφής της υπάρχουσας κατάστασης.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η μελέτη των Kim, Widdows and Yilmazer (2001), η οποία έλαβε χώρα στην Αμερική. Η έρευνα είχε σαν στόχο τα νοικοκυριά, η συμμετοχή τους ανέρχεται σε 4.402 νοικοκυριά από τα οποία 1.079 κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Βασικά εργαλεία προκειμένου να διεξαχθούν τα αποτελέσματα του δείγματος, ήταν το ερωτηματολόγιο και η μέθοδος της παραγοντικής ανάλυσης. Στη συγκεκριμένη έρευνα μελετήθηκε η επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των νοικοκυριών στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συγκρίνοντας τα κόστη και τα οφέλη αυτής. Εξαρτημένη μεταβλητή είναι η υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, βασισμένου σε μεταβλητές που την επηρεάζουν όπως η ηλικία των καταναλωτών. Οι νεότεροι είναι αυτοί που υιοθετούν την υπηρεσία, μεταξύ των ηλικιών 35-65 ετών, τα οφέλη και ο χρόνος διαφέρουν. Το εισόδημα, καταναλωτές με υψηλό εισόδημα και χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία χρησιμοποιούν περισσότερο την υπηρεσία σε σχέση με αυτούς που κατέχουν χαμηλότερο εισόδημα. Έπειτα η εκπαίδευση, καταναλωτές με υψηλό επίπεδο εκπαίδευσης κάνουν χρήση της υπηρεσίας περισσότερο από αυτούς με χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο. Συνεπώς και η ηλικία αλλά και η εκπαίδευση επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, Στη συνέχεια, η χρήση λογισμικού ηλεκτρονικού υπολογιστή όπου το 18% των καταναλωτών δεν έχουν εμπειρία στη χρήση και διαχείριση των χρημάτων μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή και έτσι, δεν προτίθενται να κάνουν χρήση της υπηρεσίας. Σε αντίθεση με τις τεχνολογίες τραπεζικής όπου το 76,8% των καταναλωτών που γνωρίζει τις τεχνολογίες τραπεζικής κάνει χρήση της υπηρεσίας και τέλος ο χρονικός ορίζοντας, διότι το 59% των καταναλωτών που μακροπρόθεσμα επιθυμούν εξοικονόμηση χρόνου υιοθετούν την υπηρεσία.

Ομοίως, η έρευνα των Alsajjan and Dennis (2008), η οποία πραγματοποιήθηκε στις χώρες του Ηνωμένου Βασιλείου και της Σαουδικής Αραβίας. Το σύνολο του δείγματος ανέρχεται στους 618 φοιτητές, με 232 να επικυρώνονται από το Ηνωμένο Βασίλειο και 386 από τη Σαουδική Αραβία. Στην έρευνα αυτή, όπου έγινε με βάση το ερωτηματολόγιο, σκοπός της ήταν η συμπεριφορά και οι προθέσεις των καταναλωτών ανάμεσα στις 2 χώρες, με γνώμονα την εμπιστοσύνη και τη χρησιμότητα της υπηρεσίας, ηλεκτρονική τραπεζική. Οι μεταβλητές που εξετάστηκαν προκειμένου να μάθουν τις προθέσεις των καταναλωτών για την ηλεκτρονική τραπεζική, είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, η οποία επηρεάζει θετικά τις προθέσεις των χρηστών. Η αντιλαμβανόμενη διαχείριση της υπηρεσίας, ασκώντας θετική επίδραση στη χρησιμότητα των χρηστών αλλά και στην εμπιστοσύνη αυτών. Επίσης, η εμπιστοσύνη των χρηστών, δηλαδή κατά πόσο επηρεάζει τους καταναλωτές και όπως φάνηκε επιδρά θετικά στις προθέσεις τους όπως και στην αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα. Τέλος, τα υποκειμενικά πρότυπα που έχουν οι νέοι, τα οποία επηρεάζουν θετικά στην εμπιστοσύνη των χρηστών αλλά και την αντιλαμβανόμενη διαχείριση της υπηρεσίας.

Αντιθέτως, την επόμενη χρονιά με την έρευνα των Ilter, Saatcioglu and Kuruoglu (2009), διαπιστώνεται κατά πόσο τα δημογραφικά στοιχεία είναι σημαντικά ώστε να ταυτοποιούν τους πελάτες της υπηρεσίας, να προσδιορίσουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών σχετικά με τα χαρακτηριστικά χρήσης της υπηρεσίας, να προσδιορίσουν αν οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται την υπηρεσία ως χρήσιμο εναλλακτικό εργαλείο και να αναπτύξουν μια λειτουργία μέσω της οποίας θα προβλέπουν τους δυνητικούς χρήστες. Το δείγμα της έρευνας αποτελείται από 506 Τούρκους χρήστες και τα εργαλεία διεξαγωγής συμπερασμάτων ήταν η παραγοντική ανάλυση και το ερωτηματολόγιο όπως και στη μελέτη των Kim, Widdows and Yilmazer (2001). Οι μεταβλητές που επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών εξετάστηκαν και είναι αρχικά η χρήση της υπηρεσίας, όπου μέσω αυτής είναι η αποτελεσματικότητα, η οποία επηρεάζει θετικά την αύξηση της χρησιμότητας όπως και η άνεση επηρεάζει θετικά. Η πλειοψηφία ανήκει στους άνδρες με ποσοστό 48,6% μεταξύ των ηλικιών 20-39 και όπως αποδεικνύεται το φύλο δεν είναι στατιστικά σημαντικό. Στη συνέχεια η μεταβλητή ιδιωτικότητα, δεν είναι στατιστικά σημαντική όπως και η μεταβλητή της εξατομίκευσης δεν επηρεάζει

θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας. Τέλος, αναφέρονται ακόμη δύο μεταβλητές, αυτή της εμπιστοσύνης και της ασφάλειας. Η πρώτη έχει θετική επίδραση στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής και η δεύτερη το ίδιο, επηρεάζει θετικά τη χρήση της υπηρεσίας.

Λίγα χρόνια πριν οι Polasik and Wisniewski (2004-2006), ομοίως με τους Alsajjan and Dennis (2008) προσπάθησαν να προσδιορίσουν τους παράγοντες που διέπουν τις αποφάσεις για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα της Πολωνίας. Το δείγμα τους μεγάλο, 3519 Πορτογάλοι εκ των οποίων 2044 ήταν χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η διεξαγωγή των αποτελεσμάτων τους ήταν ίδια και με τους προηγούμενους, έγινε με τη συμβολή της λογιστικής παλινδρόμησης αλλά και του ερωτηματολογίου. Με βασικό γνώμονα την υιοθέτηση της υπηρεσίας, προκειμένου να διεξαχθούν τα αποτελέσματα λήφθηκαν υπόψη τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως το φύλο, το οποίο είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας καθώς πάνω από το 65% ήταν οι χρήστες. Η ηλικία, η οποία δεν επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, το εισόδημα επίσης δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας αλλά και η εκπαίδευση δεν ασκεί καμία απολύτως επιρροή. Επόμενη μεταβλητή είναι η αντιλαμβανόμενη ασφάλεια, όπου όσο υψηλότερη είναι η ατομική αντίληψη ασφάλειας των συναλλαγών στο διαδίκτυο, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να κάνουν χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών. Η εμπειρία με το διαδίκτυο και η εξοικείωση του έχει θετική επίδραση στη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Έπειτα η έκθεση μάρκετινγκ, όταν το 57% που είναι εκτεθειμένο αυξάνει την πιθανότητα υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως και η χρήση άλλων τραπεζικών υπηρεσιών που αυξάνει την πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας. Τέλος, ο τύπος σύνδεσης διαδικτύου επηρεάζει πολύ θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας καθώς είναι βασικός παράγοντας πρόσβασης στο διαδίκτυο.

Αργότερα, οι Ahmad, Rashid, Masood. and Mujeeb (2011) στα πλαίσια έρευνάς τους για το Πακιστάν, προσπάθησαν να καλύψουν τα λειτουργικά θέματα σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική καθώς και την αντίληψη των καταναλωτών όσον αφορά τη χρήση της υπηρεσίας όπως και οι Kim, Widdows and Yilmazer (2001). Με αρκετά μικρό δείγμα, 44 καταναλωτών και τη βοήθεια του ερωτηματολογίου αλλά και της παραγοντικής ανάλυσης διεξήχθησαν τα αποτελέσματα. Στόχος τους ήταν να

ενημερωθούν με βάση ποιους παράγοντες οι καταναλωτές κάνουν χρήση της υπηρεσίας, έτσι εξέτασαν τις παρακάτω μεταβλητές. Αρχικά κατά πόσο είναι ενημερωμένοι οι πελάτες για την ηλεκτρονική τραπεζική, δεν επηρεάζει θετικά διότι το 60% του δείγματος δεν γνωρίζει για την υπηρεσία ενώ ένα ποσοστό αυτού δεν γνωρίζει που και εάν υπάρχει σύνδεση διαδικτύου. Έπειτα τα οφέλη που κερδίζει ο καταναλωτής από την υπηρεσία, μια μεταβλητή που δεν είναι στατιστικά σημαντική καθώς το 20% κάνουν μεταφορά των συναλλαγών. Η ιδιωτικοποίηση των πληροφοριών, επίσης δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, αφού το 20% των χρηστών ελέγχει τους λογαριασμούς του από την εγκατάσταση διαδικτύου στο χώρο εργασίας τους. Το θέμα της εμπιστοσύνης και υποστήριξης είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες καθώς το 80% δεν προτίθεται να επενδύσει στην υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής λόγω έλλειψης εμπιστοσύνης και χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή. Τέλος, όσον αφορά την ενημέρωση της τεχνολογίας μόνο το 20% των χρηστών κάνει χρήση, πληρώνοντας δάνεια μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, συνεπώς δεν ασκείται καμία επιρροή.

Στη συνέχεια, ο Tsoukatos (2008), με έρευνα που έλαβε χώρα στην Ελλάδα, κατάφερε να προσδιορίσει τους κύριους παράγοντες για τις προσδοκίες των καταναλωτών, να αξιολογήσει τις επιδράσεις των καινοτομιών της υπηρεσίας στην ικανοποίηση των καταναλωτών και να αξιολογήσει αντίστοιχα τις επιδόσεις των τραπεζών σχετικά με την ποιοτική πλευρά της υπηρεσίας. Τα αποτελέσματα προήλθαν από 302 Έλληνες χρήστες με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου αλλά και της παραγοντικής ανάλυσης ομοίως με τη μελέτη των Ahmad, Rashid, Masood. and Mujeeb (2011). Στόχος του ήταν να ενημερωθεί για την ικανοποίηση των χρηστών στην Ελλάδα από την ηλεκτρονική τραπεζική. Για το λόγο αυτό μελέτησε τις εξατομικευμένες υπηρεσίες, οι οποίες δεν επηρεάζουν στατιστικά σημαντικά την ικανοποίηση των χρηστών, το ίδιο και η μεταβλητή της καινοτομίας δεν ασκεί καμία θετική επίδραση στην ικανοποίηση των πελατών. Έπειτα η πρόσβαση και η ευκολία που έχουν οι καταναλωτές για την ηλεκτρονική τραπεζική, όπως φαίνεται στην Ελλάδα επηρεάζει θετικά την ικανοποίησή τους και μάλιστα είναι μεταβλητή υψηλής προτεραιότητας. Τέλος και πολύ σημαντικό, όπως αποδείχθηκε είναι η ασφάλεια της συναλλαγής, μεταβλητή που επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση των χρηστών.

Η έρευνα των Rodrigues and Proensa (2010), όπως και ο Tsoukatos (2008), θέλησαν να μελετήσουν ανάμεσα σε 300 Πορτογάλους χρήστες, με τη συμβολή του ερωτηματολογίου και της παραγοντικής ανάλυσης, τη συμπεριφορά χρηστών αλλά και μη, σε σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική. Στην πραγματικότητα θέλησαν να εξετάσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της υπηρεσίας. Έτσι ξεκίνησαν με τη μεταβλητή της ικανοποίησης που δέχονται οι χρήστες από την ηλεκτρονική τραπεζική, διαπίστωσαν πως υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην ικανοποίηση και τη χρήση της. Έπειτα τη ροπή για παράπονα από τους καταναλωτές, σε αυτή τη περίπτωση υπάρχει πάλι θετική σχέση μεταξύ της ροπής παραπόνων και τη χρήση της υπηρεσίας. Η ευαισθησία που έχουν οι Πορτογάλοι χρήστες στην τιμή, οι χρήστες είναι λιγότερο ευαίσθητοι στην τιμή που σημαίνει πως δεν επηρεάζει η μια την άλλη. Η τάση για αλλαγή τραπεζής, μεταβλητή εξίσου σημαντική και αξιοσημείωτη, παρ' όλα αυτά οι χρήστες στην Πορτογαλία δεν έχουν τέτοια τάση με αποτέλεσμα να είναι αρνητική η σχέση μεταξύ τους, ασκείται αρνητική επίδραση. Τέλος, η τάση για επαναγορά ή χρήση της υπηρεσίας, αποδεικνύει θετική σχέση μεταξύ αυτής και της ικανοποίησης του χρήστη, αφού είναι υψηλότερη η τάση για επαναγορά.

Ακόμη νωρίτερα οι Munoz and Cruz (2000), πάλι στη χώρα της Πορτογαλίας, όπως οι Rodrigues and Proensa (2010), μελέτησαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών μέσω της αντιλαμβανόμενης ποιότητας. Το δείγμα τους ανέρχεται σε 754 Πορτογάλους καταναλωτές, με πλειοψηφία να κατέχεται από τους άνδρες (71,4%) και γυναίκες (65,6%). Με βάση την αντιλαμβανόμενη ποιότητα που έχει η ηλεκτρονική τραπεζική, η ευκολία χρήσης έχει αρνητική σχέση μαζί της, δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Σε αντίθεση με τις υπηρεσίες και πληροφορίες που δίνονται από την υπηρεσία, οι οποίες μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές. Η μεταβλητή της εμπιστοσύνης έχει αρνητική επίδραση στην αντιλαμβανόμενη ποιότητα της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Ενώ ο Nasri, (2011), μελέτησε το περιβάλλον της Τυνησίας ανάμεσα από 253 καταναλωτές εκ των οποίων 95 ήταν χρήστες και 158 μη χρήστες όπως αντίστοιχα και οι Kim, Widdows, and Yilmazer (2001) αλλά και οι Ahmad, Rashid, Masood and Mujeeb (2011). Αντικείμενο μελέτης ήταν οι παράγοντες που επηρεάζουν την

υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Τυνησία, με βασικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο και την παραγοντική ανάλυση. Αρχικά εξετάζονται τα δημογραφικά στοιχεία των χρηστών όπως η ηλικία, η εκπαίδευση, το επάγγελμα και το φύλο. Το επάγγελμα έχει θετική επίδραση στην υιοθέτηση της υπηρεσίας και είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας όπως και η εκπαίδευση ασκεί θετική επίδραση στη χρήση της υπηρεσίας. Ενώ το φύλο δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, όπως και η ηλικία έχει αρνητική επίδραση στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αντίθετα, η μεταβλητή της ευκολίας της υπηρεσίας έχει θετική επίδραση στη χρήση της υπηρεσίας, είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας ενώ το ρίσκο, όσο χαμηλότερη είναι η αντίληψη του κινδύνου από τη χρήση της υπηρεσίας τόσο πιο πιθανό είναι να υιοθετηθεί. Όσον αφορά την ασφάλεια, υπάρχει θετική επίδραση στην υιοθέτηση της υπηρεσίας, όπως συμβαίνει και με την προηγμένη τεχνολογία διαδικτύου όπου υπάρχει θετική επίδραση μεταξύ τους. Τέλος, το ποσό των πληροφοριών της υπηρεσίας δεν επηρεάζει τόσο σημαντικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, συνεπώς δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας.

Οι Lee and Chung (2009), στράφηκαν προς την Κορέα προκειμένου να αξιολογήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των καταναλωτών, όπως και ο Tsoukatos (2008) από την ηλεκτρονική τραπεζική. Με δείγμα 276 Κορεατών καταναλωτών και επεξεργασμένο από παραγοντική ανάλυση αλλά και βασιζόμενο στη μελέτη του Delone's Mcleans, αλλά και του ερωτηματολογίου, ανέλυσαν τους παράγοντες της ποιότητας συστήματος, της ποιότητας των πληροφοριών και του σχεδιασμού διασύνδεσης του συστήματος σε σχέση με την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των καταναλωτών. Η μεταβλητή της ποιότητας του συστήματος έχει θετική επίδραση με την εμπιστοσύνη αλλά και με την ικανοποίηση των καταναλωτών, όπως και η ποιότητα των πληροφοριών είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των καταναλωτών. Ομοίως και η μεταβλητή του σχεδιασμού διασύνδεσης του συστήματος έχει θετική επίδραση προς την εμπιστοσύνη και την ικανοποίηση των καταναλωτών.

Επίσης, ο Aregbeyen (2011) έστρεψε το ενδιαφέρον της μελέτης του στη Νιγηρία. Κατά πόσο κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη Νιγηρία. Εξετάζοντας, μέσω ερωτηματολογίου, δείγμα 1750 καταναλωτών και επεξεργαζόμενο από παραγοντική ανάλυση διεξήγαγε τα δικά του συμπεράσματα. Αποτελέσματα των δημογραφικών στοιχείων αποδεικνύουν πως η πλειοψηφία ανήκει στις γυναίκες με ηλικία 21-41 και έχουν θετική επίδραση στη χρήση της υπηρεσίας. Η ασφάλεια του κεφαλαίου ασκεί θετική επίδραση στους καταναλωτές, όπως και η συνεχής διαθεσιμότητα των λειτουργικών υπηρεσιών είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Αντίθετα, η γρήγορη υπηρεσία και ο ελάχιστος χρόνος αναμονής δεν είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ως προς την υιοθέτηση της υπηρεσίας όπως και η φήμη δεν επηρεάζει θετικά τη χρήση της υπηρεσίας αλλά και τα καινοτόμα προϊόντα και οι υπηρεσίες. Το ίδιο ισχύει και για τις χαμηλές χρεώσεις της υπηρεσίας αλλά και για την περιοχή όπου βρίσκεται η διάθεση της υπηρεσίας, δεν είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Αξίζει να σημειωθεί πως σε αντίθεση με άλλες περιπτώσεις που αναφέρθηκαν παραπάνω, στη συγκεκριμένη μελέτη στη Νιγηρία η ασφάλεια της υπηρεσίας και οι εγκαταστάσεις στάθμευσης προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο πελάτης δεν επηρεάζουν θετικά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Ενώ οι Ramayah, Jantan, Noor and Peiling (2003) προσπάθησαν να προσεγγίσουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε μια ιδιαίτερη περιοχή της Μαλαισίας, στη Πένανγκ όπως και ο Aregbeyen (2011) στη Νιγηρία. Μελετήθηκε η αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής ανάμεσα σε 180 παρατηρήσεις, οι οποίες συλλέχθηκαν με βάση το ερωτηματολόγιο και επεξεργάστηκαν μέσω της παραγοντικής ανάλυσης και της θεωρίας αντιλαμβανόμενης δράσης. Η χρήση της υπηρεσίας από τους κατοίκους της Πένανγκ, αξιοσημείωτη μελέτη με πλειοψηφία των γυναικών (52,8%), οι ηλικίες κυμαίνονται ανάμεσα σε 21-30 ετών με ποσοστό 53,3% και είναι άγαμοι σε ποσοστό 52,8%. Οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη χρήση της υπηρεσίας στη Πένανγκ είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα αλλά και η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, μεταβλητές οι οποίες ασκούν θετική επίδραση στη χρησιμότητα της υπηρεσίας. Επίσης, εξωτερικοί παράγοντες όπως η προηγμένη εμπειρία, το επίπεδο συναλλαγής, η εκπαίδευση και η εξωτερική πίεση δεν έχουν άμεση επίδραση στη τάση χρήσης της υπηρεσίας από τους Μαλαισιανούς καταναλωτές.

Σε αντίθεση με τους προαναφερθέντες, οι Hossain and Leo (2009), αξιολόγησαν την ποιότητα των παρερχομένων υπηρεσιών στον τομέα της λιανικής τραπεζικής στη Μέση Ανατολή και ιδιαίτερα στο Κατάρ, με βάση τα διαφορετικά επίπεδα αντίληψης των καταναλωτών. Τα αποτελέσματα προέρχονται από 120 παρατηρήσεις καταναλωτών στο Κατάρ, όπου οι περισσότεροι από αυτούς ήταν γυναίκες (87%), που σημαίνει πως η μεταβλητή φύλο είναι στατιστικά σημαντική και το 45% από αυτούς ήταν κάτω των 25 ετών, η μεταβλητή ηλικία δεν επηρεάζει τη χρήση της υπηρεσίας από τους καταναλωτές, όπως και η μεταβλητή της εκπαίδευσης δεν επηρεάζει στατιστικά σημαντικά τη χρήση της υπηρεσίας με βάση την ποιότητα των υπηρεσιών, οι περισσότεροι ήταν προπτυχιακοί. Οι μεταβλητές που συνδέονται με τη χρήση της υπηρεσίας σε σχέση με την ποιότητα στο Κατάρ, είναι η αξιοπιστία, όπου είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, η υπευθυνότητα και ο ανταγωνισμός όπου δεν επηρεάζουν θετικά τη χρήση της υπηρεσίας, η πρόσβαση και η επικοινωνία, οι οποίες ασκούν θετική επίδραση όσον αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τέλος, η ασφάλεια και η κατανόηση των υπαλλήλων από τους χρήστες, είναι μεταβλητές οι οποίες επηρεάζουν και αυτές θετικά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Αντίθετα, οι Padachi, Rojid and Seetanah (2007) αναλύουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking), όπως και οι Ramayah, Jantan, Noor and Peiling (2003), στον Αγ. Μαυρίκιο. Ανάμεσα από 188 καταναλωτές και κατοίκους του Αγ. Μαυρίκιου προήλθαν αποτελέσματα που αναλύουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση και χρήση της υπηρεσίας. Μεταβλητές όπως η ευκολία χρήσης, είναι στατιστικά σημαντική για την υιοθέτηση της υπηρεσίας, όπως και η εμπιστοσύνη ασκεί θετική επίδραση στους καταναλωτές αλλά και η ασφάλεια επηρεάζει στατιστικά σημαντικά. Από την άλλη πλευρά, η προθυμία για αλλαγή τραπεζής έχει αρνητική επίδραση στη χρήση της υπηρεσίας όπως και το κόστος των υπολογιστών αλλά και η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι μεταβλητές που δεν ασκούν θετική επίδραση στην υιοθέτηση και χρήση της υπηρεσίας από τους κατοίκους.

Ένα χρόνο νωρίτερα οι Lichtenstein and Williamson (2006), πραγματοποίησαν την ίδια έρευνα, με τους Padachi, Rojid and Seetanah (2007), σε κατοίκους της Αυστραλίας. Το δείγμα πάρα πολύ μικρό σε σύγκριση με το προηγούμενο, μόλις 32 καταναλωτές, ωστόσο θέλησαν να κατανοήσουν το πώς και γιατί οι συγκεκριμένοι παράγοντες επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών, έτσι ώστε να επηρεάσουν ή όχι την υιοθέτηση και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) στην Αυστραλία. Συνεπώς, οι παράγοντες που επηρεάζουν και μάλιστα θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας στην Αυστραλία είναι αυτές της πρόσβασης και της ευκολίας, αντίθετα η προσοχή που δίνεται στους χρήστες από τις τράπεζες δεν επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, όπως και η χρησιμότητα δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας αλλά και η αναποτελεσματικότητα.

Ακόμα πιο ιδιαίτερη και σημαντική έρευνα είναι αυτή των Marimon, Yaya and Casadesus (2010), όπου εξετάζουν την κλίμακα μέτρησης όσον αφορά την υπηρεσία αποκατάστασης της ηλεκτρονικής τραπεζικής αλλά και τη σχέση ανάμεσα στην υπηρεσία αποκατάστασης και πίστης των πελατών στην πόλη της Ισπανίας. 123 Ισπανοί καταναλωτές διατέθηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα μέσω του ερωτηματολογίου και επεξεργασία μέσω μέθοδος παραγοντικής ανάλυσης. Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία, ηλικία φύλο και εκπαίδευση, το 39% ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία 25-34 ετών, το 50,4% είναι γυναίκες και το 39% είναι κάτοχοι πτυχίου. Συνεπώς, η μεταβλητή της ηλικίας είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας ενώ η εκπαίδευση και το φύλο δεν επηρεάζουν θετικά την πίστη που έχουν οι καταναλωτές στην Ισπανία για την ηλεκτρονική τραπεζική. Στη συνέχεια, η υπευθυνότητα ασκεί θετική επίδραση στην πίστη των καταναλωτών, όπως και η μεταβλητή της επαφής είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την πίστη των καταναλωτών. Τέλος η ηθική αποζημίωση δεν ασκεί θετική επίδραση στην πίστη των καταναλωτών.

Ομοίως, όπως και οι Ramayah, Jantan, Noor and Peiling έτσι και ο Arunkumar (2007), μελέτησε λίγα χρόνια αργότερα τη περιοχή της Μαλαισίας, όπου εξέτασε τους παράγοντες που συνεισφέρουν στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη Μαλαισία. Οι καταναλωτές που προσφέρθηκαν να συμμετέχουν στην έρευνα ήταν 150, όπου από αυτούς το 65% ήταν άνδρες και το 35% γυναίκες, γεγονός που

αποδεικνύει πως η ηλικία είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση της υπηρεσίας, οι πλειοψηφία ήταν μεταξύ των ηλικιών 18-49 ετών και το 44% ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες. Με γνώμονα την υιοθέτηση της υπηρεσίας από τους κατοίκους, μελετήθηκαν επίσης οι παράγοντες της αντιλαμβανόμενης ευκολίας στη χρήση, οι χρήστες με υψηλή αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης έχουν πιο θετική στάση συμπεριφοράς απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική. Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, οι χρήστες που θεωρούν την υπηρεσία χρήσιμη έχουν πιο θετική στάση συμπεριφοράς. Αξιοσημείωτο είναι πως οι άνδρες είναι πιο θετικοί απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική, από τις γυναίκες. Τέλος, οι νεότεροι σε ηλικία έχουν πιο θετική στάση στην υπηρεσία από τους μεγαλύτερους και το γκρουπ υψηλά αμειβόμενων καταναλωτών έχουν πιο θετική στάση συμπεριφοράς στη χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής, γεγονός που δείχνει πως η μεταβλητή του εισοδήματος είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας.

Τρία χρόνια μετά, οι Salehi and Mehrdad (2010) θέλησαν να δώσουν μια άλλη οπτική της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αυτή στο Ιράν. Ανάμεσα σε 600 καταναλωτές, με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου και της παραγοντικής ανάλυσης εξέτασαν τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η υπηρεσία στο Ιράν και πως οι καταναλωτές δεν έχουν την απαιτούμενη γνώση. Τα δημογραφικά στοιχεία, όπως η ηλικία, το φύλο, η εκπαίδευση και το επάγγελμα είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Πιο αναλυτικά, από το δείγμα 325 ήταν οι γυναίκες και 275 οι άνδρες, το 51,50% ανήκει μεταξύ 31-50 ετών και οι 281 είναι κάτοχοι πτυχίου, ενώ το 31,5% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες. Η υιοθέτηση της υπηρεσίας, ηλεκτρονική τραπεζική, από τους καταναλωτές στο Ιράν επηρεάζεται από τη γνώση για την υπηρεσία, όπου η υπηρεσία αυξάνει τις συναλλαγές στο Ιράν, που σημαίνει πως είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, ενώ η ανύπαρκτη γνώση οδηγεί σε μείωση χρήσης της υπηρεσίας. Ενώ η χρήση αυξάνει την τάση για υιοθέτηση της υπηρεσίας.

Την ίδια χρονιά με τους Salehi and Mehrdad (2010), ο Kumbhar (2010) μελέτησε την περίπτωση της Ινδίας, συγκεκριμένα την περιοχή Μαχαράστρα όσον αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική. Προσπάθησε να αντιληφθεί την αντίληψη των καταναλωτών για την ηλεκτρονική τραπεζική, η οποία παρέχεται από το δημόσιο και τον ιδιωτικό τομέα των τραπεζών καθώς και τη σχέση ανάμεσα στην ποιότητα των υπηρεσιών και

ικανοποίηση των πελατών. Σε μια τόσο μεγάλη χώρα, το δείγμα ήταν μικρό, 190 καταναλωτές, με τη συμβολή του ερωτηματολογίου υπάρχουν κάποια συμπεράσματα. Συμπεράσματα που αφορούν την ικανοποίηση των πελατών από τη χρήση της υπηρεσίας. Το 81,2% ήταν άνδρες, το 34% ανήκει στο γκρουπ 25-35 ετών, οι 49,5% είναι απόφοιτοι λυκείου και το 36,4% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες. Συνεπώς το φύλο είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, η ηλικία δεν έχει θετική επίδραση στην ικανοποίηση των καταναλωτών, αντίθετα η εκπαίδευση ασκεί θετική επίδραση στη χρήση της υπηρεσίας. Οι μεταβλητές που μελετήθηκαν για την ικανοποίηση των καταναλωτών από τη χρήση της υπηρεσίας είναι η διαθεσιμότητα του συστήματος, όπου είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Η ηλεκτρονική εκπλήρωση, όπου ασκεί θετική επίδραση στην ικανοποίηση των χρηστών. Η ακρίβεια και αποτελεσματικότητα, οι οποίες έχουν θετική επίδραση και αυτές για την χρήση της υπηρεσίας. Σε αντίθεση με την υπευθυνότητα η οποία δεν ασκεί θετική επίδραση, δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Η ευκολία στη χρήση αλλά και η εξυπηρέτηση είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές και ασκούν θετική επίδραση, όπως επίσης και η αποτελεσματικότητα του κόστους και η επικοινωνία ασκούν θετική επίδραση. Τέλος, η αποζημίωση ασκεί θετική επίδραση στην ικανοποίηση από τη χρήση των πελατών.

Αντίθετα, οι Calisir and Gumussoy (2008), έδωσαν μια διαφορετική πλευρά της ηλεκτρονικής τραπεζικής όπου προσπάθησαν να συγκρίνουν στην Κωνσταντινούπολη πως οι νέοι καταναλωτές αντιλαμβάνονται την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) σε σχέση με τα άλλα τραπεζικά κανάλια όπως τα Αυτόματα Ταμειολογιστικά μηχανήματα (ATM), τα καταστήματα που διαθέτουν και ηλεκτρονικές αγορές (Brick and Mortar), την τηλεφωνική τραπεζική (phone banking), ασύρματες εφαρμογές (Wireless application protocol) και τέλος οι ηλεκτρονικές μεταφορές μέσω των καταστημάτων (Electronic fund transfer at point of sales bank branches). Ανάμεσα σε 200 καταναλωτές, όπου η πλειοψηφία ανήκει στις ηλικίες 18-27 ετών, ενώ οι γυναίκες ήταν ισόποσες με τους άνδρες. Που σημαίνει πως η μεταβλητή της ηλικίας ασκεί μεγαλύτερη επίδραση απ' ότι το φύλο. Η υπηρεσία είναι πιο αποτελεσματική σε σχέση με τις άλλες εναλλακτικές υπηρεσίες όσον αφορά την ευκολία της χρήσης, οι τραπεζικές υπηρεσίες πετυχαίνουν πιο υψηλά ποσοστά επιτυχίας μέσω του διαδικτύου και των υποκαταστημάτων με γνώμονα την

αίσθηση των καταναλωτών. Η απόδοση των καταναλωτών είναι υψηλότερη, ασκεί δηλαδή θετική επίδραση στις τραπεζικές συναλλαγές και κάνουν τους καταναλωτές να θεωρούν πως οι εναλλακτικές υπηρεσίες είναι πιο εύκολες. Οι τραπεζικές υπηρεσίες δεν είναι αποτελεσματικές στο να επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών, οι χρήστες δεν πιστεύουν στην αξιοπιστία της υπηρεσίας, συνεπώς ασκεί αρνητική επίδραση στη μεταβλητή. Οι λειτουργίες εξαρτώνται από την απόδοση των καταναλωτών, λόγω του ότι η απόδοση τους εξαρτάται από το αν θα ολοκληρώσουν τη λειτουργία ή όχι. Η επίδραση είναι αρνητική.

Παρ' όλα αυτά, οι Malik, Naeem and Arif (2011), εξετάζουν τον αντίκτυπο διαφοροποίησης της ποιότητας και ασφάλειας στη πίστη των πελατών, της διεθνούς, ιδιωτική και κρατικής τράπεζας που δραστηριοποιούνται στη Λαχώρα του Πακιστάν. Αν και δύσκολη χώρα και ιδιαίτερη, το δείγμα της ήταν αξιοσημείωτο, 244 καταναλωτές πήραν μέρος προκειμένου να διεξαχθούν τα απαραίτητα αποτελέσματα. Το 71% οι άνδρες και το 29% οι γυναίκες, ενώ το 80% είναι πάνω από 40 ετών. Σκοπός τους ήταν να εξετάσουν την πίστη που έχουν οι καταναλωτές ως προς την ηλεκτρονική τραπεζική. Η μεταβλητή των υλικών στοιχείων έχει θετική επιρροή και είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή, όπως και η συναίσθηση. Επίσης και η διαβεβαίωση ασκεί θετική επίδραση στην πίστη των καταναλωτών, όμως η υπευθυνότητα και η αξιοπιστία ασκούν μικρότερη επίδραση στην πίστη των καταναλωτών.

Ακόμα μία έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Μαλαισία όπως αυτή των Ramayah, Jantan, Noor and Peiling (2003), είναι και η μελέτη των Wahab, Noor and Ali (2009), όπου διερευνάται ο ρόλος σχετικά με τις επιδόσεις του Customer Relationship Management (Σχέσεις πελατειακής διαχείρισης), ως μεσολαβητής στη σχέση μεταξύ εμπιστοσύνης και υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking). Ανάμεσα σε 307 καταναλωτές διαπιστώθηκε πως το CRM επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας για χρήση από τους καταναλωτές της Μαλαισίας όπως επηρεάζει θετικά και την πίστη για την τεχνολογία προς τους καταναλωτές για χρήση της υπηρεσίας.

Ομοίως με τους Wahab, Noor and Ali (2009), η ίδια έρευνα πραγματοποιήθηκε και στην Ιορδανία από τους Momani and Noor (2009). Σκοπός τους ήταν η μελέτη, θεωρητική και ερευνητική συνεισφορά καθώς και προτάσεις για βελτίωση της Σχέσεις πελατειακής διαχείρισης (Customer Relationship Management), προκειμένου να γίνετε χρήση από τους καταναλωτές της Ιορδανίας. Ανάμεσα από 488 καταναλωτές τα συμπεράσματα ανέρχονται στο γεγονός ότι η ποιότητα ηλεκτρονικής ασφάλειας αλλά και η ευκολία στη χρήση επηρεάζουν θετικά την υιοθέτηση για χρήση της υπηρεσίας. Επίσης και η χρησιμότητα, είναι μεταβλητή στατιστικά σημαντική. Αντίθετα, η μεταβλητή της διασκέδασης δεν επηρεάζει θετικά τη χρήση της υπηρεσίας και συνεπώς δεν έχει καμία σχέση.

Στην Ινδία, πραγματοποιήθηκε ακόμη μια έρευνα όπως αυτή του Kumbhar (2010), από τους Baskar and Ramesh (2010), σύμφωνα με το πώς μπορούν οι τράπεζες να πείσουν τους Ινδούς καταναλωτές να υιοθετήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική έτσι ώστε να παραμείνουν στις τράπεζες. Επίσης να ταυτοποιήσουν τους παράγοντες ποιοτικής εξυπηρέτησης, να μετρήσει τις προσδοκίες των καταναλωτών και να αξιολογήσει τη σύνδεση μεταξύ προσδοκιών και ικανοποίηση καταναλωτών. Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να σημειωθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην Ινδία για την ικανοποίησή τους από την ηλεκτρονική τραπεζική, τα αποτελέσματα δόθηκαν από 400 καταναλωτές με τη βοήθεια του ερωτηματολογίου και της παραγοντικής ανάλυσης. Όπως αποδεικνύεται από τα συμπεράσματα της μελέτης, στην Ινδία η ικανοποίηση των καταναλωτών επηρεάζεται θετικά από την ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών, από τα ποιοτικά πληροφοριακά συστήματα καθώς και από την ποιότητα εξυπηρέτησης των τραπεζικών προϊόντων. Είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες ως προς την ικανοποίηση των καταναλωτών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Αντίθετα, οι Maditinos, Tsairidis and Grigoriadis (2008), όπως και ο Tsoukatos (2008), μελέτησαν την αποδοχή των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής ανάμεσα στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία. Στο σύνολό τους ήταν 247 καταναλωτές και από τις 2 χώρες, μέσω ενός ερωτηματολογίου, αναλυτικότερα 118 καταναλωτές από τη Βουλγαρία και 129 από την Ελλάδα ερωτήθηκαν για την άποψή τους ως προς την υπηρεσία και κατά πόσο την αποδέχονται. Στη Βουλγαρία υπερίσχυσαν οι άνδρες με

67,8% και με 23,3% χρήστες της υπηρεσίας, αντίθετα στην Ελλάδα το 52,7% ήταν άνδρες και το 47,3% γυναίκες και το 62,8% έκανε χρήση της υπηρεσίας. Συνεπώς, οι παράγοντες που επηρεάζουν και τις δύο χώρες σχετικά με την αποδοχή των χρηστών είναι η στάση των καταναλωτών, η οποία είναι στατιστικά σημαντική καθώς επηρεάζει θετικά τη μεταβλητή, ομοίως και ο έλεγχος αντιλαμβανόμενης συμπεριφοράς αλλά και τα υποκειμενικά πρότυπα ασκούν θετική επίδραση.

Αξιοσημείωτη επίσης είναι και η έρευνα του Ynan-shun (2009) όπως και αυτή των Marimon, Yaya and Casadesus (2010), ο οποίος μελέτησε τους τρόπους διατήρησης της πίστης των καταναλωτών και χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ινδονησία. Συλλέχθηκαν 800 ερωτηματολόγια, από τα οποία 213 ήταν έγκυρα, αξίζει να σημειωθεί πως η έρευνα πραγματοποιήθηκε με ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια μέσω διαδικτύου. Το 45,54% ήταν γυναίκες και το 54,46% ήταν άνδρες, η πλειοψηφία αυτών, το 70,42% είναι κάτοχοι προπτυχιακού διπλώματος και το 66,2% κάνει χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η ποιότητα των ιστοσελίδων επηρεάζει θετικά την εμπιστοσύνη των πελατών όπως και η αντιλαμβανόμενη κοινωνική παρουσία των πελατών είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες. Η εταιρική εικόνα είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας και ασκεί θετική επιρροή στην πίστη των πελατών της υπηρεσίας.

Ομοίως και ο Dogarawa (2005) όπως και ο Ynan-shun (2009), εξέτασε την επίδραση της υπηρεσίας στην ικανοποίηση των καταναλωτών στην τραπεζική βιομηχανία της Νιγηρίας. Με δείγμα 180 καταναλωτών μέσω ερωτηματολογίων κατάφερε να αποδείξει πως οι παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των καταναλωτών αρνητικά είναι η άριστη διαδικασία που οφείλουν να ακολουθήσουν οι καταναλωτές, δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας όπως και η ταχύτητα μεταφοράς των πληροφοριών της υπηρεσίας δεν επηρεάζει θετικά την ικανοποίηση των καταναλωτών. Τέλος, ούτε και η αξία που δίνεται στους πελάτες δεν ασκεί θετική επιρροή για την ικανοποίηση των καταναλωτών στη Νιγηρία.

Ο Amin (2007), όπως και οι Ramayah, Jantan, Noor and Peiling (2003), αλλά και οι Wahab, Noor and Ali (2009), στη Μαλαισία θέλησε να μελετήσει την αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής αλλά σε απόφοιτους μαθητές κυρίως. Δείγμα 250 φοιτητών

εκ των οποίων οι 106 είναι άνδρες και οι 144 γυναίκες, στατιστικά σημαντικός παράγοντας η ηλικία. Το 100% των μαθητών ανήκει από 20-29 ετών. Μέσω του ερωτηματολογίου εξέτασε κατά πόσο η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα επηρεάζει την αντιλαμβανόμενη χρήση και αυτό έχει θετική επίδραση στην αποδοχή της υπηρεσίας από τους μαθητές. Όπως και η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας και επηρεάζει θετικά τους μαθητές για την αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τέλος, η αντιλαμβανόμενη πίστη αλλά και η αποτελεσματικότητα του υπολογιστή ασκούν θετική επιρροή στην αποδοχή της υπηρεσίας, είναι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες.

Ομοίως και οι Yuan, Hyung and Kim (2010) στην Κίνα μελέτησαν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές της Χώρας. Με το αντίστοιχο ερωτηματολόγιο συλλέχθηκαν 350 από αυτά, δείγμα σημαντικό και αξιόπιστο. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της υπηρεσίας στην Κίνα είναι ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος όπου ασκεί θετική επιρροή στην υιοθέτηση της υπηρεσίας, η ενημέρωση η οποία επηρεάζει αρνητικά τη χρήση από τους καταναλωτές και η προηγούμενη εμπειρία με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, σε αυτή την περίπτωση επηρεάζεται θετικά η υιοθέτηση της υπηρεσίας από τους Κινέζους καταναλωτές.

Από πολύ νωρίτερα ξεκίνησαν οι έρευνες για την ηλεκτρονική τραπεζική όπου οι Tan and Thompson (2000), μελέτησαν όπως και οι Yuan, Hyung and Kim (2010) δέκα χρόνια μετά, τις κοινωνικές στάσεις και την αντιλαμβανόμενη συμπεριφορά των καταναλωτών στη Σιγκαπούρη που επηρεάζει την υιοθέτηση της υπηρεσίας. Η έρευνά τους είχε αντίκτυπο αφού το δείγμα των καταναλωτών που συμμετείχαν ήταν 724 πελάτες της υπηρεσίας, τα συμπεράσματα και αποτελέσματα συλλέχθηκαν μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου. Από τους 724, οι 637 ήταν οι άνδρες και 87 οι γυναίκες, που σημαίνει ότι το φύλο δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Οι 291 ανήκουν στο γκρουπ ηλικίας 20-29 ετών δηλαδή η πλειοψηφία, ενώ η μειονότητα ανήκει στο γκρουπ 50-59 ετών. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της υπηρεσίας στη Σιγκαπούρη είναι οι στάσεις συμπεριφοράς όπου επηρεάζουν θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, όπως και τα υποκειμενικά πρότυπα είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Όσο μεγαλύτερο το συγκριτικό

πλεονέκτημα τόσο πιο θετική η επιρροή προς την υιοθέτηση της υπηρεσίας, επίσης και η συμβατότητα αλλά και η δοκιμή της υπηρεσίας επηρεάζουν θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας. Αντίθετα, ο κίνδυνος που έχει η υπηρεσία επηρεάζει αρνητικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας.

Επίσης αξιόλογη και αξιοσημείωτη έρευνα αυτή του Beethika (2004), όπου από δείγμα 4.309 νοικοκυριά για το έτος 1998 και 4.449 για το έτος 2001 στην Καλιφόρνια, κατάφερε μέσω ενός ερωτηματολογίου να μελετήσει εάν η υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής επηρεάζεται από την απόσταση που έχει το κατάστημα της τράπεζας από την οικεία των καταναλωτών. Οι παράγοντες που μελετήθηκαν είναι τρεις, το κόστος της επίσκεψης ανά επισκέπτη, το οποίο είναι στατιστικά σημαντικό για την απόσταση του καταστήματος, τα χαρακτηριστικά του καταναλωτή τα οποία δεν επηρεάζουν αρνητικά την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής με βάση την απόσταση και τέλος, τα χαρακτηριστικά της τράπεζας, όπου επίσης δεν επηρεάζουν αρνητικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας όσον αφορά την απόσταση.

Η μελέτη των Chung and Paynter (2002) βασίζεται στη Νέα Ζηλανδία. Δείγμα 184 καταναλωτών προσφέρθηκε να συμμετέχει σε μια έρευνα με σκοπό να εξετάσει πως η Νέα Ζηλανδία ενισχύει τις υπηρεσίες της λιανικής τραπεζικής μέσω διαδικτύου. Η πλειοψηφία των καταναλωτών ανήκει στην κατηγορία άνω των 20 ετών και κατέχουν υψηλή εκπαίδευση, γεγονός που δείχνει ότι το φύλο δεν είναι στατιστικά σημαντικό ομοίως με τη μελέτη των Tan and Thompson (2000), ενώ το επίπεδο εκπαίδευσης είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Σύμφωνα με την επεξεργασία των ερωτηματολογίων, η ασφάλεια επηρεάζει θετικά την ενίσχυση της λιανικής τραπεζικής όπως και η ικανότητα της τράπεζας να χρησιμοποιεί άλλες εγκαταστάσεις είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας για τη λιανική τραπεζική. Ενώ, η αμφιβολία σχετικά με την περιπλοκότητα της υπηρεσίας δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας για την ενίσχυση της λιανικής τραπεζικής.

Κάποια χρόνια νωρίτερα οι Brown, Cajee, Davies and Stroebel (2003), στην περιοχή του Κέιπ Τάουν με δείγμα μικρό, 162 καταναλωτές εστίασαν την προσοχή τους στην τηλεφωνική τραπεζική (phone banking). Αξιολογώντας το δείγμα τους με τη βοήθεια

της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης και του ερωτηματολογίου, στόχος τους ήταν να ανακαλύψουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τηλεφωνικής τραπεζικής, ως μέσο για την κατανόηση και αύξησης της υπηρεσίας. Μεταβλητές που επηρεάζουν θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας είναι το πλεονέκτημα που κατέχει κάποιος από τη χρήση της ηλεκτρονικής τηλεφωνικής τραπεζικής, όπως επίσης και η συμβατότητα έχει θετική επίδραση με την υιοθέτηση της υπηρεσίας. Σχετικά με την πολυπλοκότητα, ισχύει ότι όσο μεγαλύτερη είναι η αντίληψη της χρήσης της πολυπλοκότητας των τηλεφώνων τόσο λιγότερο πιθανό είναι να υιοθετηθούν, υπάρχει αρνητική σχέση. Το ίδιο συμβαίνει και με τη μεταβλητή της δοκιμής, όσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα δοκιμής για το τηλέφωνο τόσο πιο πιθανό είναι να υιοθετηθεί από τους χρήστες στο Κέιπ Τάουν. Έπειτα η εμπειρία που διακατέχει τον χρήστη, όσο μεγαλύτερη είναι τόσο πιθανότερο είναι να κάνει χρήση της υπηρεσίας. Οι ανάγκες που έχει η τράπεζα, όσο απαιτείται η ποικιλία των τραπεζικών υπηρεσιών τόσο πιο πιθανό είναι να υιοθετηθεί η υπηρεσία. Το ρίσκο που λαμβάνει ο χρήστης, όσο μεγαλύτερο είναι τόσο λιγότερο είναι να υιοθετηθεί η υπηρεσία. Η αποτελεσματικότητα και η διευκόλυνση των συνθηκών ασκούν θετική επίδραση στη χρήση ηλεκτρονικής τηλεφωνικής τραπεζικής από τους χρήστες.

Στην Κορέα οι Gu, Lee and Suh (2009) εξετάζουν και επικυρώνουν τις αποφάσεις των καταναλωτών για τη χρήση της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής (mobile banking). Το δείγμα των καταναλωτών ανέρχεται σε 900 πελάτες και μέσω του ερωτηματολογίου και της παραγοντικής ανάλυσης ομοίως με Yuan, Hyung and Kim (2010), κατάφεραν να αναδείξουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την χρήση της υπηρεσίας από τους καταναλωτές της Κορέας. Πιο αναλυτικά, οι άνδρες κατέχουν το 64,9% και οι γυναίκες το 35,1%, οι εργαζόμενοι το 64,4% και το 40% ανήκει στην ηλικία μεταξύ 20-30 ετών. Η αντιλαμβανόμενη ευκολία στη χρήση έχει θετική επιρροή προς τη συμπεριφορά των χρηστών, όπως και η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα. Επίσης και η αντιλαμβανόμενη ευκολία στη χρήση ασκεί θετική επιρροή στην αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα. Η αποτελεσματικότητα ασκεί θετική επιρροή στην ευκολία της χρήσης, όπως και οι εγκαταστάσεις της ηλεκτρονικής ιστοσελίδας. Η κοινωνική επιρροή επηρεάζει θετικά τη χρησιμότητα, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Όπως επίσης και η μεταβλητή της εμπιστοσύνης είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή ως προς την χρήση της υπηρεσίας στην

Κορέα. Επίσης, η οικειότητα με την τράπεζα ασκεί θετική επίδραση στη συμπεριφορά των καταναλωτών αλλά και στην ευκολία της χρήσης.

Όπως και οι Gu, Lee and Suh (2009), έτσι και ο Suoranta (2009) στη Φιλανδία μελετά τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση για χρήση της υπηρεσίας κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής (Mobile Banking). Το δείγμα των καταναλωτών που προσφέρθηκε να πάρει μέρος ήταν αξιοσημείωτο, 1243 καταναλωτές της Φιλανδίας, ερωτήθηκαν μέσω ενός ερωτηματολογίου και έπειτα από επεξεργασία της γραμμικής παλινδρόμησης, διερευνήθηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της χρήσης της υπηρεσίας από τους καταναλωτές. Οι 634 ήταν άνδρες και οι 590 γυναίκες, οι 418 ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 25-34 ετών και οι 488 από αυτούς είναι παντρεμένοι και οι 316 ελεύθεροι επαγγελματίες. Συνεπώς, όσο μεγαλύτερο είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα από τη χρήση της υπηρεσίας τόσο πιο εύκολα υιοθετείτε, άρα ασκείται θετική επίδραση. Όσο χαμηλότερη είναι η περιπλοκότητα από τη χρήση τόσο πιο εύκολα υιοθετείτε, είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Όσο μεγαλύτερη είναι η αντιλαμβανόμενη συμβατότητα των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής τόσο περισσότερο υιοθετείτε, ασκείται θετική επίδραση προς τη χρήση της υπηρεσίας. Η συχνότητα δοκιμασίας των υπηρεσιών επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας από τους Φιλανδούς καταναλωτές. Τέλος, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος όσο πιο χαμηλός είναι τόσο πιο εύκολα οι καταναλωτές υιοθετούν την υπηρεσία.

Ακόμη μια έρευνα πραγματοποιήθηκε για την κινητή τηλεφωνική τραπεζική (mobile banking) όπως αυτές των Gu, Lee and Suh (2009) και του Suoranta (2009), όπου ο Akturan (2010) στην Τουρκία, με σκοπό να αποδείξει την επιρροή των καινοτόμων χαρακτηριστικών, ως προς την υιοθέτηση της υπηρεσίας (mobile banking). Ιδιαίτερος ο τρόπος προσέγγισης και δόμησης της έρευνάς του αφού μελέτησε 311 φοιτητές της Τουρκίας, με συνεντεύξεις πρόσωπο με πρόσωπο. Αφού επεξεργάστηκε τα αποτελέσματα των φοιτητών κατά πόσο κάνουν χρήση της υπηρεσίας, διαπιστώθηκε πως το συγκριτικό πλεονέκτημα επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας όπως και η συμβατότητα, ασκεί θετική επίδραση στη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ενώ, όσο πιο περίπλοκη είναι η υπηρεσία τόσο πιο αρνητική επιρροή ασκεί στη χρήση της από τους καταναλωτές όπως και η εικόνα. Επίσης, η επιδεκτικότητα και η

δοκιμή της ηλεκτρονικής τραπεζικής επηρεάζουν αρνητικά την υιοθέτηση της χρήσης, αλλά και η ορατότητα είναι μεταβλητές που δεν είναι στατιστικά σημαντικές ως προς την υιοθέτηση της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής από τους φοιτητές στην Τουρκία.

Τέλος, όπως ο Akturan (2010), έτσι και ο Lin (2010) την ίδια χρονιά πραγματοποίησε έρευνα για την κινητή τηλεφωνική τραπεζική (mobile banking) στην Ταϊβάν. Με βασικό εργαλείο το ερωτηματολόγιο και δείγμα 368 καταναλωτών εξέτασε την επίδραση των ιδιοτήτων της καινοτομίας για εμπιστοσύνη και πρόθεση συμπεριφοράς, όσον αφορά την υιοθέτηση της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής (mobile banking). Την πλειοψηφία κατέχουν οι άνδρες με 107 (60,5%) και οι γυναίκες με 70 (39,5%). Το 29% είναι μικρότερη από 40 ετών, το 62,7% αυτών κατέχουν τουλάχιστον ένα πτυχίο και το 40,7% είναι εργαζόμενοι πλήρους απασχόλησης. Πιο αναλυτικά, το συγκριτικό πλεονέκτημα επηρεάζει θετικά την υιοθέτηση της υπηρεσίας, όπως και η ευκολία χρήσης είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας. Επίσης και η συμβατότητα ασκεί θετική επιρροή στην υιοθέτηση της υπηρεσίας.

Την ίδια χρονιά και οι Ismail and Masinge (2011) όπως και οι Akturan (2010), και ο Lin (2010), έστρεψαν τη μελέτη τους προς τη Νότια Αφρική. Το δείγμα αυτή τη φορά είναι μεγαλύτερο, έλαβαν μέρος 450 καταναλωτές με έγκυρες απαντήσεις αυτές των 316 καταναλωτών. Ομοίως και αυτοί, προσπάθησαν να εξετάσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, αλλά από την πλευρά της τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking), από τους ανθρώπους της Ν. Αφρικής με βασικές μεταβλητές το ρίσκο, την εμπιστοσύνη και το κόστος. Πιο αναλυτικά, η μελέτη εστιάζει στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πρώτον με βάση την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, όπου είναι ο πιο σημαντικός στατιστικός παράγοντας με ποσοστό 58%. Δεύτερον, την αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, η οποία ασκεί θετική επίδραση στην υιοθέτηση της υπηρεσίας, τρίτον, το κόστος που δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας, τέταρτον, το ρίσκο που έχουν οι καταναλωτές από τη χρήση της υπηρεσίας και είναι ο λιγότερο στατιστικά σημαντικός παράγοντας με ποσοστό 30% και τέλος, η μεταβλητή της εμπιστοσύνης ασκώντας θετική επίδραση στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής

επικεντρωμένη στην τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking) στη χώρα της Νοτίου Αφρικής.

Οι Barati and Mohammadi (2009) έστρεψαν την προσοχή τους στην Αμερική. Μια θεωρητική προσέγγιση βασισμένη σε προηγούμενες μελέτες μέσω του μοντέλου τεχνολογικής αποδοχής (TAM). Σκοπός τους ήταν να εστιάσουν στην κινητή τηλεφωνική τραπεζική (mobile banking), τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποδοχή τους ως ένα νέο μοντέλο στην αγορά. Η τάση συμπεριφοράς των καταναλωτών επηρεάζεται θετικά από τη χρησιμότητα αλλά ασκεί θετική επίδραση και η ευκολία χρήσης. Επίσης, η ευκολία χρήσης ασκεί θετική επίδραση και στη χρησιμότητα. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, το φύλο, η εκπαίδευση και το επάγγελμα επηρεάζουν θετικά τη χρήση των καταναλωτών για ηλεκτρονική τραπεζική. Οι καταστάσεις εγκατάστασης επηρεάζουν θετικά την ευκολία χρήσης αλλά και της χρησιμότητας. Ομοίως, οι κοινωνικοί παράγοντες ασκούν θετική επίδραση στην τάση συμπεριφοράς των καταναλωτών. Αντίθετα, η αντίσταση της καινοτομίας έχει αρνητική επίδραση στην τάση συμπεριφοράς των χρηστών για υιοθέτηση της υπηρεσίας, της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής (mobile banking).

Σε συμπλήρωση της προηγούμενης μελέτης των Barati and Mohammadi (2009), ξεκινούν οι Kirui, Okello and Nyikal (2010) να εξετάσουν την ενημέρωση και χρήση της υπηρεσίας της κινητής τηλεφωνικής τραπεζικής (mobile banking), ανάμεσα στους αγρότες της περιοχής στην Κένυα. Όπως και αξιολογούνται οι παράγοντες κατάστασης για τη χρήση μιας τέτοιας υπηρεσίας. Το δείγμα τους ανέρχεται σε 379 παρατηρήσεις καταναλωτών στην Κένυα, τα οποία συλλέχθηκαν με το βασικό εργαλείο του ερωτηματολογίου και επεξεργάστηκαν με βάση το μοντέλο λογιστικής παλινδρόμησης. Τα δημογραφικά στοιχεία, η ηλικία, η εκπαίδευση και το φύλο, έπειτα από την επεξεργασία που προηγήθηκε διαπιστώθηκε πως η πλειοψηφία ανήκει στους άνδρες με ποσοστό 50,4% και αυτοί που ήταν ενημερωμένοι σχετικά με την υπηρεσία ήταν 92,3%, όπου το 52,3% έχει κάνει ξανά χρήση της υπηρεσίας στο παρελθόν. Η ηλικία δεν είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε αντίθεση με την εκπαίδευση, η οποία επηρεάζει θετικά τη χρήση της υπηρεσίας. Σε σύγκριση με την προηγούμενη μελέτη στην Αμερική, η παρούσα στην Κένυα, είναι πιο διεξοδική και

στοχευόμενη καθώς οι αγρότες καταναλωτές επηρεάζονται από την απόσταση της τράπεζας από την οικία τους, η επίδραση είναι θετική και στατιστικά σημαντική, όπως και το γεγονός το να ανήκει σε κάποιο σύλλογο αγροτών, όντας μέλος κάποιας οργάνωσης επηρεάζει θετικά τη χρήση της υπηρεσίας. Τέλος, η προικοδότηση φυσικών ή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, όσο περισσότερο προικοδοτούνε οι αγρότες χρήστες τόσο πιθανό είναι να κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τηλεφωνικής τραπεζικής (mobile banking).

3.Μεθοδολογία και περιγραφή στατιστικών στοιχείων

3.1 Μεθοδολογία δειγματοληπτικής έρευνας.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να ερευνήσει τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα καθώς και την ικανοποίηση αυτών από την υπηρεσία. Προκειμένου να διεξαχθεί η μελέτη αυτή, δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο με στόχο την εύρεση καταναλωτών που κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στο νομό Αττικής. Διερευνήθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, οι γνώσεις που κατέχουν για το διαδίκτυο και για τον ηλεκτρονικό υπολογιστή, η χρήση της υπηρεσίας από τους κατοίκους, η ικανοποίηση αυτών καθώς και τρόποι που θα μπορούσαν να εξελίξουν την υπηρεσία και τέλος εάν η εγκληματικότητα είναι λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας ή όχι.

Διανεμήθηκαν 410 ερωτηματολόγια σε κατοίκους του νομού Αττικής, από τα οποία επεστράφησαν συμπληρωμένα τα 362. Η έρευνα ξεκίνησε από τις 20 Μαρτίου και πραγματοποιήθηκε στις 29 Ιουνίου. Το δείγμα που επιλέχθηκε είναι τυχαίο και διανεμήθηκε από την ίδια την ερευνήτρια. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε σε πλατείες, σε χώρους εστίασης όπως καφέ και εστιατόρια, σε πανεπιστήμια, σε τράπεζες, στο ΚΑΠΗ Κορωπίου, σε εταιρείες αλλά και σε νοικοκυριά τα οποία μέλη έχουν συμπληρώσει τα 18 έτη ηλικίας

Το ερωτηματολόγιο της δειγματοληπτικής έρευνας αποτελείται από τέσσερις ενότητες. Στην πρώτη ενότητα συμπεριλαμβάνονται ερωτήσεις δημογραφικών χαρακτηριστικών προκειμένου να διερευνηθεί το προφίλ των ερωτηθέντων. Στη δεύτερη ενότητα περιλαμβάνονται ερωτήσεις για τις γνώσεις του διαδικτύου που κατέχουν οι κάτοικοι καθώς και για τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Στην τρίτη ενότητα αναγράφονται ερωτήσεις σχετικά με τη χρήση αλλά και την ικανοποίηση από την ηλεκτρονική τραπεζική. Στην τέταρτη ενότητα, υπάρχουν ερωτήσεις που εξακριβώνουν τους λόγους που δεν κάνουν χρήση της υπηρεσίας καθώς και τρόποι που θα μπορούσαν να εξελίξουν την υπηρεσία προκειμένου να την ενστερνιστούν ακόμη περισσότεροι καταναλωτές.

Πιο αναλυτικά, η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που προσδιορίζουν το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση, την επαγγελματική κατάσταση καθώς και το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από την εργασία τους.

Η δεύτερη ενότητα εξετάζει εάν έχουν γνώσεις ηλεκτρονικού υπολογιστή, με ποιο τρόπο προτιμούν να πραγματοποιούν τις τραπεζικές συναλλαγές τους, σε ποιες τράπεζες απευθύνονται για τις συναλλαγές τους, ποιες είναι οι πιο συνήθεις υπηρεσίες – προϊόντα που χρησιμοποιούν από την τράπεζά τους, ποιοι θα ήταν κατά προτίμησή τους οι λόγοι χρήσης της υπηρεσίας ηλεκτρονική τραπεζική, ποια είναι η πηγή πληροφόρησής τους για την υπηρεσία και τέλος, εάν η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των υπηρεσιών θα ήταν βασικός παράγοντας για τη χρήση της υπηρεσίας.

Στην τρίτη ενότητα αναγράφονται ερωτήσεις σχετικά με τη χρήση και την ικανοποίηση από την ηλεκτρονική τραπεζική, όπως εάν κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εάν έχουν κάνει χρήση άλλων τραπεζικών υπηρεσιών όπως τηλεφωνική τραπεζική (phone banking), τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking), διαδικτυακή τραπεζική (web banking) και ιδιωτική τραπεζική (private banking). Ποια η χρονική διάρκεια που είναι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, εάν είναι ικανοποιημένοι από τον τρόπο λειτουργίας της υπηρεσίας από την εκάστοτε τράπεζά τους, εάν εμπιστεύονται τη συγκεκριμένη υπηρεσία και εάν είναι ικανοποιημένοι κατά τη χρήση της υπηρεσίας. Επίσης, εάν είναι ικανοποιημένοι από την ενημέρωση που λαμβάνουν μέσω μηνυμάτων, ποια η άποψή τους για την ασφάλεια που τους παρέχει η τράπεζα ως προς τα προσωπικά τους δεδομένα, εάν η προσπάθεια της τράπεζας προκειμένου να παραμείνει πελάτης της είναι ικανοποιητική, εάν η χρήση της υπηρεσίας διευκολύνει τις εργασίες τους και υποχρεώσεις προς την τράπεζα και εάν οι πληροφορίες που παρέχονται είναι επαρκείς για να γίνει γνωστή η υπηρεσία. Από την εμπειρία τους στη χρήση της υπηρεσίας εάν είναι εύκολη ή όχι, έπειτα από το χρονικό διάστημα που κάνουν χρήση της υπηρεσίας ποιοι θα ήταν οι λόγοι αποχώρησής τους, κατά πόσο το απαιτούμενο κόστος συνδρομής είναι υψηλό, ποιο το επίπεδο ρίσκου για υποκλοπή προσωπικών πληροφοριών κάνοντας χρήση της υπηρεσίας και τέλος ποιες οι ενέργειες της τράπεζας να γνωστοποιήσουν την τηλεφωνική τραπεζική (phone banking).

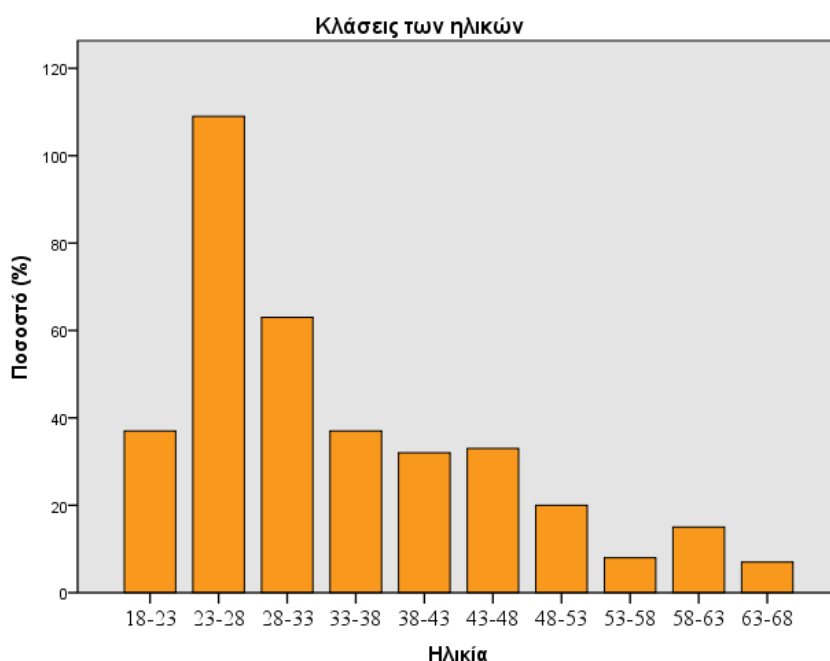
Τέλος, η τέταρτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που δηλώνουν τους τρόπους εξέλιξης της υπηρεσίας αλλά και τους λόγους που δεν γίνεται χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πιο συγκεκριμένα εάν απαιτούνται λειτουργικές αλλαγές στην υπηρεσία και ποιες θα μπορούσαν να είναι αυτές, εάν έχει μειωθεί σημαντικά ο χρόνος αναμονής εργασιών στα τραπεζικά υποκαταστήματα, κατά πόσο η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής γνωστοποιεί όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διαθέτει η τράπεζα, η προσφορά του τμήματος εξυπηρέτησης των πελατών είναι άμεση και αν οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης των εμπορικών τραπεζών είναι ιδιαίτερα ακριβείς στις πληροφορίες τους. Ποια η άποψή τους όσον αφορά τη μείωση του λειτουργικού και οικονομικού κόστους στα υποκαταστήματα και εάν είναι σημαντικός παράγοντας η ασφάλεια που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική με βάση την εγκληματικότητα που υπάρχει κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας, ποιοι οι λόγοι που δεν κάνουν ή δεν θα έκαναν χρήση της υπηρεσίας, εάν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τέλος, ποιες ενέργειες της τράπεζας θα έφερναν ακόμα πιο κοντά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

3.2 Το προφίλ του δείγματος των καταναλωτών.

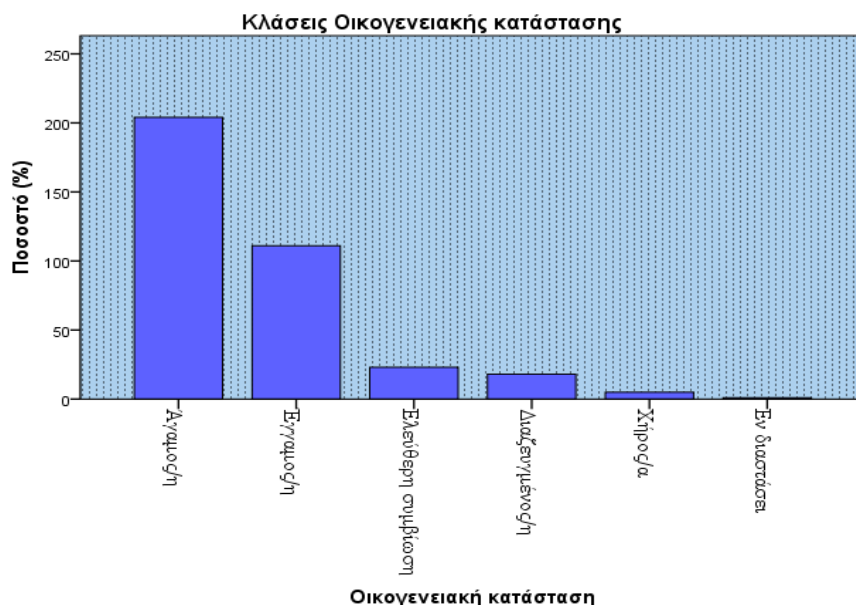
Δημογραφικά στοιχεία των ερωτηθέντων.

Το δείγμα που εξετάστηκε στην παρούσα μελέτη, αποτελείται από 362 άτομα, εκ των οποίων το 53% ήταν γυναίκες και το 47% ήταν άνδρες (βλ. Πίνακας 1, στο Παράρτημα), με ηλικίες από 18 ετών έως 68 ετών (βλ. Πίνακα 2, στο Παράρτημα και διάγραμμα 1). Το 32,3% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ, το 21% κάτοχοι μεταπτυχιακού διπλώματος, ενώ το 18,8% είναι κάτοχοι πτυχίου ΑΤΕΙ, το 15,2% είναι απόφοιτοι λυκείου και το 3% είναι κάτοχοι διδακτορικού διπλώματος (βλ. Πίνακας 3, στο Παράρτημα). Όσον αφορά την οικογενειακή τους κατάσταση το μεγαλύτερο ποσοστό είναι άγαμοι, δηλαδή το 56,4%, ενώ το 30,7% είναι παντρεμένοι (βλ. Πίνακας 5, στο Παράρτημα και διάγραμμα 2). Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ανήκει στους ιδιωτικούς υπαλλήλους 39,5% ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό των ανέργων, 25,4% (βλ. Πίνακας 6, στο Παράρτημα). Σαν συνέπεια της υψηλής ανεργίας το υψηλό ποσοστό καθαρού μηνιαίου ατομικού εισοδήματος από εργασία ανήκει στο 0-350€, με ποσοστό 30,7% στη συνέχεια το 22,4% στην κλίμακα 350-700€ και το 20,7% στην κλίμακα εισοδημάτων 700-1050€ (βλ. Πίνακας 7, στο Παράρτημα).

Διάγραμμα 1: Κατανομή συχνοτήτων για την ηλικία των ερωτώμενων



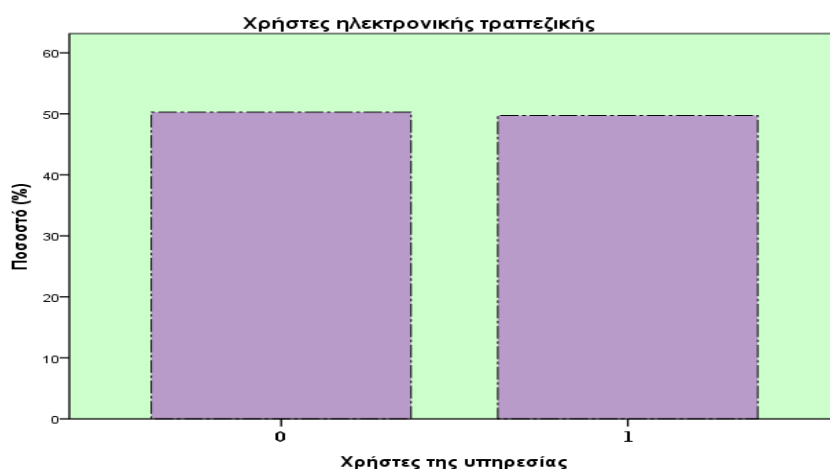
Διάγραμμα 2: Κατανομή συχνοτήτων για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.



Στη συνέχεια, σε ερώτηση εάν κατέχουν γνώσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών, η πλειοψηφία των καταναλωτών απάντησε ΝΑΙ με ποσοστό 92,3% και το 7,7% δεν έχει γνώσεις από ηλεκτρονικούς υπολογιστές (βλ. Πίνακας 8, στο Παράρτημα). Έπειτα ερωτήθηκαν με ποιο τρόπο προτιμούν να πραγματοποιούν τις τραπεζικές συναλλαγές, το 42,3% προτιμούν τα τραπεζικά καταστήματα, το 51,7% τα ΑΤΜ και το 20,2% προτιμά κάποιον άλλο τρόπο (βλ. Πίνακας 9,10,11 στο Παράρτημα). Η επόμενη ερώτηση είναι σε ποιες τράπεζες απευθύνονται για τις συναλλαγές τους όπου το υψηλότερο ποσοστό κατέχει η Εθνική Τράπεζα με τιμή 56,9% ενώ ακολουθούν η Eurobank Εργασίας, η Alpha bank και η Αγροτική/Πειραιώς με ποσοστά 34,3%, 32,6% και 27,1% αντίστοιχα (βλ. Πίνακας 12, στο Παράρτημα). Όσον αφορά τις υπηρεσίες/προϊόντα που κάνουν χρήση από την τράπεζά τους, η πιο συνηθισμένη είναι η μεταφορά χρημάτων με ποσοστό 77,3% και ακολουθεί η πληρωμή των λογαριασμών με 66,9% (βλ. Πίνακες 13, στο Παράρτημα). Στην ερώτηση ποιοι θα ήταν κατά προτίμησή τους οι λόγοι χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής η πλειοψηφία επέλεξε την εξοικονόμηση χρόνου, ποσοστό της τάξεως 75,7%, το 66,6% των ερωτηθέντων προτιμά να αποφεύγει τις ουρές στα ταμεία ενώ το 59,4% προτιμά την ηλεκτρονική τραπεζική διότι δεν υπάρχει δέσμευση ωραρίου (βλ. Πίνακες 14, στο Παράρτημα). Σημαντικό ρόλο για την πληροφόρηση της υπηρεσίας κατέχει το

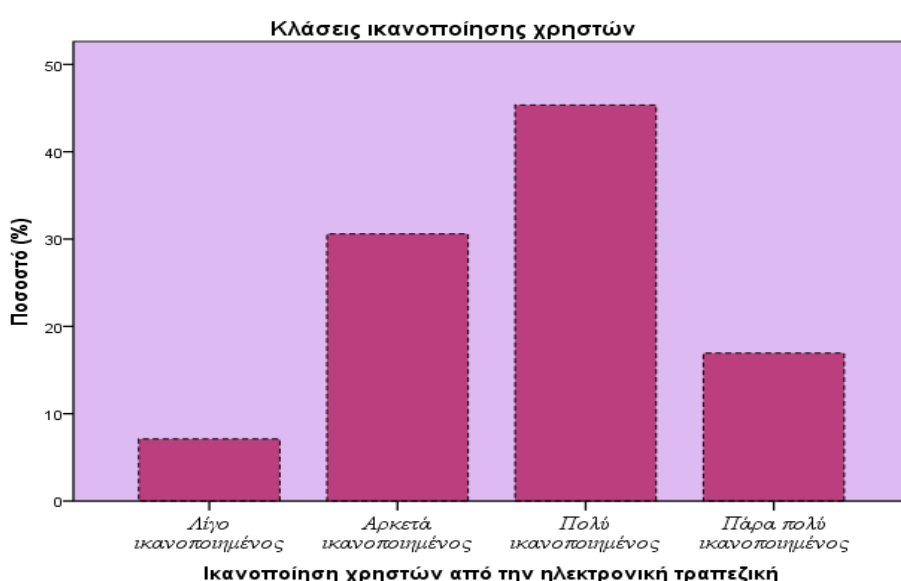
διαδίκτυο αφού το 48,1% ενημερώθηκε από αυτό για την ηλεκτρονική τραπεζική, το 37,8% από φιλικό περιβάλλον και το 30,4% από τα εμπορικά τραπεζικά καταστήματα (βλ. Πίνακες 15, στο Παράρτημα). Η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των υπηρεσιών θα ήταν βασικός παράγοντας για τη χρήση της υπηρεσίας από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων, το 94,5%, ενώ το 5,5% θεωρεί πως δεν θα ήταν βασικός παράγοντας προκειμένου να κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στην τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου τίθεται θέμα χρήσης και ικανοποίησης από την ηλεκτρονική τραπεζική. Εάν έχουν κάνει χρήση άλλων τραπεζικών υπηρεσιών από την ηλεκτρονική τραπεζική, όπως τηλεφωνική τραπεζική (phone banking) η οποία κατέχει ποσοστό ύψους 18%, η τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking) με ποσοστό 13,8%, τη διαδικτυακή τραπεζική (web banking) με ποσοστό 24% και την ιδιωτική τραπεζική (private banking) με ποσοστό 4,4%, (βλ. Πίνακες 16,17,18,19, στο Παράρτημα). Στη συνέχεια διερευνήθηκε η πιο σημαντική μεταβλητή, αυτή της χρήσης της υπηρεσίας, όπου το μεγαλύτερο ποσοστό κατέχουν οι χρήστες της υπηρεσίας, το 50,3% ενώ το 49,7% δεν είναι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, (βλ. Πίνακας 20, στο Παράρτημα και διάγραμμα 3). Επίσης, εξετάστηκε και η χρονική διάρκεια χρήσης των χρηστών, σε διάστημα μηνών από 0 έως 360 μήνες, το 55,1% κάνει χρήση από 0-24 μήνες και το 30,9% από 24-48 μήνες χρήσης (βλ. Πίνακας 21, στο Παράρτημα). Από το σύνολο των ερωτηθέντων το 39,5% είναι πολύ ικανοποιημένοι από τον τρόπο λειτουργίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής, (βλ. Πίνακας 22, στο Παράρτημα), όπως και το 43,2% εμπιστεύεται τη συγκεκριμένη υπηρεσία (βλ. Πίνακας 23, στο Παράρτημα). **Διάγραμμα 3:**
Κατανομή συχνοτήτων για το ποσοστό των χρηστών της υπηρεσίας.



Η πλειοψηφία των καταναλωτών, το 45,4% είναι πολύ ικανοποιημένοι κατά τη διάρκεια της χρήσης ενώ το 39,9% είναι αρκετά ικανοποιημένοι σχετικά με την ενημέρωση που λαμβάνουν μέσω μηνυμάτων (βλ. Πίνακες 24, στο Παράρτημα). Η μεταβλητή της ασφάλειας είναι από τις πιο σημαντικές καθώς και το 36,2% των καταναλωτών είναι αρκετά ικανοποιημένοι, ενώ η προσπάθεια της τράπεζας προκειμένου να παραμένει πελάτης της ο καταναλωτής είναι αρκετά ικανοποιητική με ποσοστό 38,4%, (βλ. Πίνακες 25, στο Παράρτημα).

Διάγραμμα 4: Κατανομή συχνοτήτων για την ικανοποίηση που λαμβάνουν οι χρήστες κατά τη διάρκεια χρήσης της υπηρεσίας.



Στην έρευνα διεξήχθη και η διευκόλυνση των εργασιών όπως και εάν οι πληροφορίες που παρέχονται είναι επαρκής προκειμένου να γίνει γνωστή η υπηρεσία στο κοινό, οι απαντήσεις των καταναλωτών δηλώνουν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι κατά 43,2% και αρκετά ικανοποιημένοι με ποσοστό 46,4%, αντίστοιχα, (βλ. Πίνακα 26, στο Παράρτημα). Αξίζει να σημειωθεί πως η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δηλώνει πως το 89,6% θεωρούν πως η χρήση της υπηρεσίας είναι εύκολη και αντίθετα ποιοι θα ήταν οι λόγοι αποχώρησής τους από την υπηρεσία, όπου όπως αποδεικνύεται η δυσκολία χρήσης της συγκεκριμένης ηλεκτρονικής φόρμας θα ήταν λόγος αποχώρησης όπως και οι ελλειπείς λειτουργικές εγκαταστάσεις με ποσοστά 39,4% και 33,9% αντίστοιχα, (βλ. Πίνακα 27, στο Παράρτημα). Ακόμα μια σημαντική μεταβλητή που εξετάζεται στην έρευνα είναι το απαιτούμενο κόστος συνδρομής για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το 53,3% των ερωτηθέντων

είναι ουδέτεροι, αντίστοιχα για το ρίσκο υποκλοπής προσωπικών πληροφοριών αλλά και αν οι προσπάθειες της τράπεζας είναι αρκετές με σκοπό να γίνει γνωστή στο κοινό η υπηρεσία phone banking, με ποσοστά 38,9% και 39,5% αντίστοιχα, (βλ. Πίνακας 28, στο Παράρτημα).

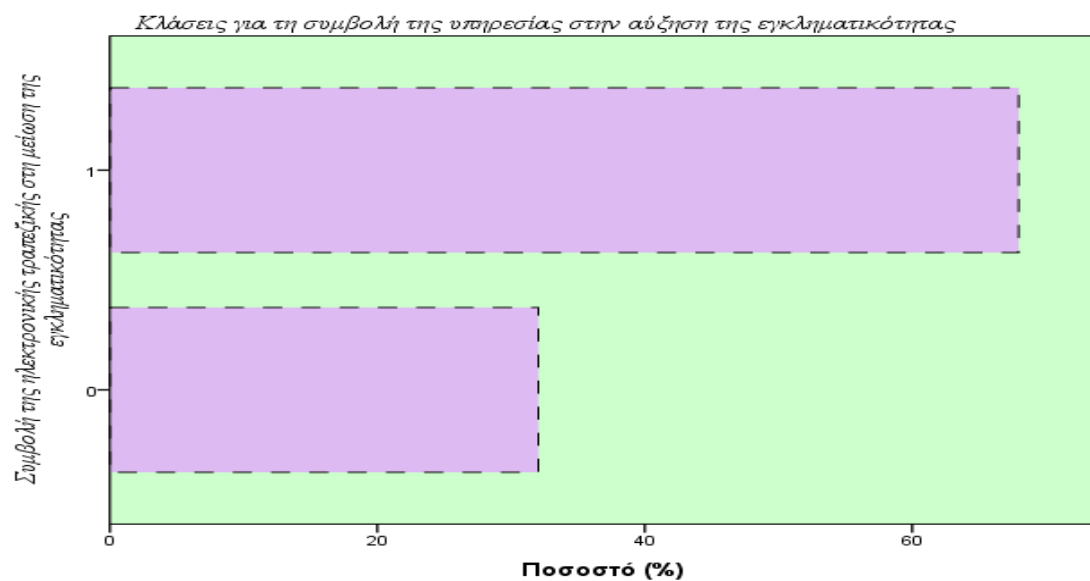
Στην τέταρτη και τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου εξετάζονται οι τρόποι που θα ήταν ικανοί να εξελίξουν την υπηρεσία καθώς και οι λόγοι για τους οποίους δεν κάνουν χρήση. Αρχικά, οι ερωτηθέντες καλούνται να απαντήσουν εάν απαιτούνται λειτουργικές αλλαγές στην υπηρεσία, όπως αποδεικνύεται το 43,1% αυτών δηλώνει πως απαιτούνται λειτουργικές αλλαγές. Στην περίπτωση αυτή θα πρέπει να επιλέξουν τις προτάσεις τους ανάμεσα από τέσσερις επιλογές, το μεγαλύτερο ποσοστό 51% συγκεντρώνει η μεταβλητή που δηλώνει πως θα πρέπει να υπάρχουν περισσότερες διευκρινιστικές οδηγίες, (βλ. Πίνακας 29, στο Παράρτημα). Στη συνέχεια ερωτήθηκαν εάν πιστεύουν πως έχει μειωθεί σημαντικά ο χρόνος αναμονής εργασιών στα τραπεζικά υποκαταστήματα, το 35,1% συμφώνησε (βλ. Πίνακας 30, στο Παράρτημα), όπως και αν η χρήση της υπηρεσίας γνωστοποιεί όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες που διαθέτει η τράπεζα, το 47,5% είναι ουδέτεροι, λιγότεροι ήταν αυτοί που συμφώνησαν, το 30,7% (βλ. Πίνακας 31, στο Παράρτημα). Το 42% όπως και το 53,3% είναι ουδέτεροι όσον αφορά την προσφορά άμεσης βοήθειας από το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και εάν οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης είναι ιδιαίτερα ακριβής στις πληροφορίες τους, αντίστοιχα, (βλ. Πίνακας 32, στο Παράρτημα). Αξίζει να αναφερθεί και η μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους η οποία είναι εμφανές και αποδεικνύεται και από την έρευνα αφού το 43,1% συμφώνησε (βλ. Πίνακας 33, στο Παράρτημα). Αντίστοιχα ερωτήθηκαν και για την εγκληματικότητα που υπάρχει στην τρίτη ηλικία από τις τράπεζες, ποια είναι η ασφάλεια που τους παρέχεται και εάν είναι σημαντικός παράγοντας για να κάνουν χρήση της υπηρεσίας, το 41,2% συμφώνησε (βλ. Πίνακας 34, στο Παράρτημα και διάγραμμα 4). Επίσης, ποιοι είναι οι λόγοι που δεν κάνουν χρήση της υπηρεσίας και όπως φαίνεται υπάρχει ο φόβος για την υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών 54,4% (βλ. Πίνακας 35, στο Παράρτημα). Στη συνέχεια η αύξηση της εγκληματικότητας προκύπτει από το 68%, λόγος υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής καθώς οι καταστάσεις και συγκυρίες για την τρίτη ηλικία δυσκολεύουν όλο και περισσότερο (βλ. Πίνακας 36, στο Παράρτημα και Διάγραμμα 5). Τέλος, εξετάστηκαν οι ενέργειες της τράπεζας που θα έφερναν ακόμη πιο κοντά τους πελάτες στην ηλεκτρονική τραπεζική με

ποσοστά 46,4%, 45%, 31,8% και 6,4% ακολουθούν οι δωρεάν παροχή διαδικτύου από το σπίτι, η καλύτερη εκπαίδευση από το προσωπικό της τράπεζας, δωρεάν σεμινάρια από ειδικευμένο προσωπικό για χρήση διαδικτύου και κάποια άλλη επιλογή αντίστοιχα, (βλ. Πίνακας 37, στο Παράρτημα).

Διάγραμμα 4: Κατανομή συχνοτήτων για την ασφάλεια που παρέχεται στους χρήστες.



Διάγραμμα 5: Κατανομή συχνοτήτων για την αύξηση της εγκληματικότητας και θα ήταν λόγος υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής.



4. Εκτίμηση των υποδειγμάτων λογιστικής και γραμμικής παλινδρόμησης

Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιείται η ανάλυση των αποτελεσμάτων της εκτίμησης των παλινδρομήσεων για τους προσδιοριστικούς παράγοντες των καταναλωτών σε σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική. Οι εκτιμήσεις γίνονται με λογιστική και γραμμική πολλαπλή παλινδρόμηση. Πιο αναλυτικά, παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης υποδειγμάτων παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες: i) την ικανοποίηση που επωφελούνται οι χρήστες από τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ii) τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές, iii) τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου και iv) το μέγεθος της εγκληματικότητας που ωθεί την υιοθέτηση της υπηρεσίας.

4.1 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση για τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα εκτίμησης του υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των χρηστών από την υπηρεσία. Αναλυτικότερα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης αποτελεί ο προσδιορισμός της επίδρασης ορισμένων παραμέτρων όπως το φύλο, η ηλικία, το ατομικό εισόδημα, η ευκολία χρήσης, η ασφάλεια, η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των καταναλωτών, κατά πόσο είναι ακριβείς στις πληροφορίες τους οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης, η άμεση βοήθεια από το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών και η επαρκής ενημέρωση από τους αρμόδιους της τράπεζας.

Οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν τόσο σε χώρες της Ευρώπης όσο και της Αμερικής (Tsoukatos, 2008; Lee and Chung, 2009; Kumbhar, 2010; Gu et al., 2009; Baskar and Ramesh, 2010; Dogarawa, 2005;)

Προκειμένου να διεξαχθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ικανοποίησης των χρηστών εκτιμήθηκε η εξίσωση 5.2, στην οποία εφαρμόζεται η μέθοδος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS). Συγκεκριμένα, η εξαρτημένη μεταβλητή «Use» είναι ποσοτική μεταβλητή και εκφράζει το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών κατά τη χρήση της υπηρεσίας.

Η εξίσωση της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{Use} = b_0 + b_1 \text{sex}_i + b_2 \text{age}_i + b_3 \text{income}_i + b_4 \text{easy}_i + b_5 \text{secure}_i + b_6 \text{timevalue}_i + b_7 \text{specific}_i + b_8 \text{help}_i + b_9 \text{inform}_i + \varepsilon_i \quad (4.1)$$

Όπου:

- 🚦 **Use** (Tsoukatos, 2008) = μεταβλητή η οποία δηλώνει την ικανοποίηση των χρηστών από τη χρήση της υπηρεσίας (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- 🚦 **sex** (+)²(Ilter, Saatcioglu and Kuruoglu, 2009) = ποιοτική μεταβλητή η οποία δηλώνει το φύλο του χρήστη. (παίρνει τιμές 0 για τις γυναίκες και 1 για τους άνδρες).
- 🚦 **age** (+) (Ilter, Saatcioglu and Kuruoglu, 2009) = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει την ηλικία του χρήστη. (παίρνει τιμές 1 για χρήστες ηλικίας άνω των 55 και 0 κάτω των 55).
- 🚦 **income** (+) (Tsoukatos, 2008) = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από εργασία (παίρνει τιμές από 0 για όλους τους μισθούς και 1 για τον κατώτατο μισθό).
- 🚦 **easy** (+) (Tsoukatos, 2008) = ποιοτική μεταβλητή η οποία εξετάζει εάν η χρήση της υπηρεσίας είναι εύκολη (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).

2 Τα πρόσημα που προκύπτουν είναι τα αναμενόμενα σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές έρευνες που μελετήθηκαν για την ηλεκτρονική τραπεζική.

-  **Secure (+)** (Lee and Chung, 2009) = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει την άποψη των χρηστών για την ασφάλεια που τους παρέχει η τράπεζα ως προς τα προσωπικά τους δεδομένα (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
-  **Timevalue (+,-)** (Baskar and Ramesh, 2010) = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει την χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των υπηρεσιών και κατά πόσο θα ήταν κίνητρο για χρήση της υπηρεσίας (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
-  **Specific (+,-)** (Kumbhar, 2010) = ποσοτική μεταβλητή η οποία εξετάζει εάν οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης των εμπορικών τραπεζών είναι ακριβείς στις πληροφορίες που δίνουν (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
-  **Help (+,-)** (Dogarawa, 2005) = ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει κατά πόσο άμεσα προσφέρει τη βοήθειά του το τμήμα εξυπηρέτησης της τράπεζας (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
-  **Inform (+)** = ποσοτική μεταβλητή που δηλώνει εάν είναι επαρκής η ενημέρωση που λαμβάνουν οι χρήστες μέσω μηνυμάτων από την υπηρεσία (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
-  **xi** = τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Γενική μορφή Εξίσωσης Παλινδρόμησης:

$$Y_i = b_0 + b_1x_i + b_2x_i + b_3x_i + b_4x_i + b_5x_i + b_6x_i + b_7x_i + b_8x_i + b_9x_i + U_i$$

Εκτιμώμενη εξίσωση παλινδρόμησης σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την ικανοποίηση των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

$$Use = 0,537 + 0,021income + 0,327easy + 0,284secure + 0,194help + 0,260inform$$

Στον Πίνακα 4.1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εξίσωσης 4.1 για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των καταναλωτών – χρηστών (με αριθμό του δείγματος $n = 362$). Στην πρώτη στήλη καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 4.1.

Το πρώτο υπόδειγμα περιλαμβάνει το σύνολο των μεταβλητών, οι οποίες σταδιακά αφαιρούνται, ώστε να προκύψει το τελικό υπόδειγμα, στο οποίο βρίσκονται μόνο οι στατιστικές μεταβλητές.

Στην δεύτερη στήλη του Πίνακα 4.1 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εξίσωσης για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών της εξίσωσης 4.1 (Υπόδειγμα 1). Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.1 και συγκεκριμένα στο Υπόδειγμα 1, η μεταβλητή (“sex”) δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Τα αποτελέσματα της εκτίμησης σύμφωνα με το δεύτερο υπόδειγμα υποδηλώνουν ότι η μεταβλητή “age” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο, δηλαδή αρνητική επίδραση, άρα οι μεγαλύτεροι σε ηλικία χρήστες ικανοποιούνται λιγότερο από τους μικρότερους. Σε ανάλογο συμπέρασμα κατέληξαν οι Ilter et al (2009) στην Τουρκία.

Συγκεκριμένα, η μεταβλητή εισόδημα “income” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής του εισοδήματος έχει θετικό πρόσημο, γεγονός που υποδηλώνει ότι υπάρχει θετική επίδραση. Όπου όσο αυξάνεται το ατομικό εισόδημα των χρηστών τόσο αυξάνεται και η ικανοποίησή τους από την ηλεκτρονική τραπεζική.

Όσο πιο εύκολη είναι η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής τόσο αυξάνεται και η ικανοποίηση από τους χρήστες. Αυτή η μεταβλητή “easy”, βρέθηκε στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και έχει θετικό πρόσημο.

Η μεταβλητή “secure” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι όσο υψηλότερη είναι η ασφάλεια που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική τόσο μεγαλύτερη είναι και η ικανοποίηση των χρηστών. Με αυτό το συμπέρασμα δείχνει να συμφωνεί και η έρευνα των Lee and Chung (2009) στην Κορέα.

Ο εκτιμώμενος συντελεστής για τη μεταβλητή “timevalue” έχει θετικό πρόσημο και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, άρα εκτιμάται ότι όσο σημαντική είναι η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των λειτουργιών της υπηρεσίας τόσο υψηλή είναι και η ικανοποίηση των χρηστών.

Ομοίως και η μεταβλητή “specific” έχει θετικό πρόσημο στον εκτιμώμενο συντελεστής της, που σημαίνει ότι υπάρχει θετική επίδραση και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, όσο πιο συγκεκριμένες είναι οι οδηγίες της υπηρεσίας τόσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι χρήστες.

Ο εκτιμώμενος συντελεστής για τη μεταβλητή “help” έχει θετικό πρόσημο, που σημαίνει ότι υπάρχει θετική επίδραση. Είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, γεγονός που σημαίνει πως όσο πιο ακριβής είναι η βοήθεια και οδηγίες της υπηρεσίας τόσο πιο ικανοποιημένοι είναι οι χρήστες.

Τέλος, όσον αφορά για τη μεταβλητή “inform”, ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, άρα θετική επίδραση. Είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή όσο πιο καλά πληροφορημένοι είναι οι χρήστες τόσο και πιο ικανοποιημένοι. Ίδια αποτελέσματα αποκομίζονται και από την έρευνα των Dogarawa (2005) και Kumbhar (2010) Νιγηρία και Ινδία, αντίστοιχα.

Η στατιστική F, είναι μια κριτική, η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της παλινδρόμησης. Συγκεκριμένα, γίνεται ο ακόλουθος έλεγχος υπόθεσης $H_0: b_1 = b_2 = b_3 = \dots = b_k = 0$, έναντι της H_1 : έστω ότι ένας από τους παραπάνω εκτιμώμενος συντελεστής είναι διάφορος του μηδενός. Συνεπώς, βάση των αποτελεσμάτων στο τρίτο υπόδειγμα εκτιμάται ότι η παλινδρόμηση είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Επομένως, απορρίπτω την H_0 και δέχομαι ότι οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν την εξαρτημένη σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Όπως προκύπτει και από το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού το 38% της διακύμανσης της εξαρτημένης ερμηνεύεται από τις συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές.

Πίνακας 4.1: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των χρηστών από την ηλεκτρονική τραπεζική.

Μεταβλητές (1)	Υπόδειγμα 1 (2)	Υπόδειγμα 2 (3)	Υπόδειγμα 3 (4)
Σταθερά	0,791** (1,849)	0,783** (1,833)	0,537*** (2,579)
Sex	-0,054 (-0,545)	-	-
Age	-0,009* (-1,369)	-0,010 (-1,397)	-
Income	0,054* (1,452)	0,052* (1,395)	0,021 (0,694)
Easy	0,319** (1,957)	0,309** (1,912)	0,327** (2,040)
Secure	0,284*** (4,866)	0,284*** (4,877)	0,284*** (4,894)
Timevalue	0,031 (0,103)	0,034 (0,114)	-
Specific	0,007 (0,095)	0,006 (0,076)	-
Help	0,193*** (3,001)	0,193*** (3,009)	0,194*** (3,392)
Inform	0,258***	0,258***	0,260***

	(4,505)	(4,518)	(4,563)
R ² adj	0,376	0,378	0,382
F-stat	13,166**	14,835**	23,472***

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Από τη συγκεκριμένη εκτίμηση παλινδρόμησης, που έχει ως στόχο να διερευνήσει τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των χρηστών από την ηλεκτρονική τραπεζική, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι παράγοντες που επιδρούν, κυρίως θετικά και μια μόνο μεταβλητή αρνητικά και σχετίζονται τόσο με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, εισόδημα) όσο και με χαρακτηριστικά που έχουν να κάνουν με την λειτουργία και βοήθεια αυτής για την υπηρεσία (ευκολία, ασφάλεια, χρόνος, συγκεκριμένες οδηγίες, βοήθεια, πληροφόρηση).

Συμπεραίνουμε ότι, οι μικρότεροι σε ηλικία είναι πιο ικανοποιημένοι καθώς και αυτοί που διαθέτουν υψηλότερα εισοδήματα. Επίσης, όσο πιο εύκολη και ασφαλής είναι η υπηρεσία τόσο μεγαλύτερη ικανοποίηση επέρχεται στους χρήστες, αλλά και όταν διατίθενται μεγαλύτερη βοήθεια και περισσότερη και ακριβής πληροφόρηση τότε οι χρήστες είναι πιο ικανοποιημένοι.

4.2 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα εκτίμησης του υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της χρήσης από τους καταναλωτές. Αναλυτικότερα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης αποτελεί ο προσδιορισμός της επίδρασης ορισμένων παραμέτρων όπως το φύλο, η ηλικία, το καθαρό ατομικό μηνιαίο εισόδημα, η ευκολία χρήσης, η ασφάλεια, το κόστος για χρήση της υπηρεσίας, εάν η χρήση της υπηρεσίας προσφέρει διευκόλυνση των εργασιών τους και αν η πηγή πληροφόρησης των καταναλωτών για την υπηρεσία είναι το διαδίκτυο.

Οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν τόσο σε χώρες της Ευρώπης όσο και της Αμερικής (Kim, Widdows and Yilmazer, 2001; Alsajjan and Dennis, 2008; Polasik

and Wisniewski, 2006; Rodrigues and Proensa, 2010; Nasri, 2011, Ramayah, Jantan, Noor and Peiling 2003; Padachi, Rojid and Seetanah, 2007; Lichtenstein and Williamson, 2006).

Στην Παλινδρόμηση, εφαρμόστηκε η μέθοδος της λογιστικής παλινδρόμησης (Binary Logistic Regression), διότι η εξαρτημένη μεταβλητή «User» είναι ποιοτική μεταβλητή και εκφράζει το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών κατά τη χρήση της υπηρεσίας, παίρνει τιμές 0 για αυτούς που δεν κάνουν χρήση και 1 για αυτούς που κάνουν χρήση της υπηρεσίας. Η εκτίμηση της λογιστικής Παλινδρόμησης γίνεται λαμβάνοντας υπόψη το λόγο των πιθανοτήτων και η εκτίμηση των παραμέτρων bi γίνεται με τη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας.

Η εξίσωση της παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{User}_i = b_0 + b_1 \text{sex}_i + b_2 \text{age}_i + b_3 \text{income}_i + b_4 \text{easy}_i + b_5 \text{secure}_i + b_6 \text{cost}_i + b_7 \text{facility}_i + b_8 \text{internet}_i + \varepsilon_i \quad (4.2)$$

Όπου:

- 🚦 **User** = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν οι καταναλωτές είναι χρήστες ή όχι. (παίρνει τιμές 1 και 0)
- 🚦 **sex (+)²** = ποιοτική μεταβλητή η οποία δηλώνει το φύλο του χρήστη. (παίρνει τιμές 0 για τις γυναίκες και 1 για τους άνδρες).
- 🚦 **age (+)** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει την ηλικία του χρήστη. (παίρνει τιμές 1 για χρήστες ηλικίας άνω των 55 και 0 κάτω των 55).
- 🚦 **income (+)** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από εργασία (παίρνει τιμές από 0 για όλους τους μισθούς και 1 για τον κατώτατο μισθό).
- 🚦 **easy (+,-)** = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η χρήση της υπηρεσίας είναι εύκολη για τους χρήστες (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- 🚦 **secure (+,-)** = ποσοτική μεταβλητή η οποία εξετάζει την άποψη των καταναλωτών για την ασφάλεια που τους παρέχει η τράπεζα ως προς τα προσωπικά τους δεδομένα (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).

- ✚ **cost** (+,-) = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν το απαιτούμενο κόστος συνδρομής για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι υψηλό (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ✚ **facility** (+) = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής προσφέρει διευκόλυνση των εργασιών (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ✚ **internet** (+) = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η πηγή πληροφόρησης για την ηλεκτρονική τραπεζική είναι το διαδίκτυο (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- ✚ **xi** = τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

2 Τα πρόσημα που προκύπτουν είναι τα αναμενόμενα σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές έρευνες που μελετήθηκαν για την ηλεκτρονική τραπεζική.

Εκτιμώμενη εξίσωση παλινδρόμησης σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες για τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

$$\text{User} = 3,369 + 2,151 \text{ income} + 3,070 \text{ easy} - 1,747 \text{ secure} - 1,300 \text{ cost} + 1,586 \text{ facility}$$

Πίνακας 4.2: Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Μεταβλητές (1)	Υπόδειγμα 1 (2)	Υπόδειγμα 2 (3)	Υπόδειγμα 3 (4)
Σταθερά	4,562 (1,405)	3,497 (1,260)	3,369 (1,281)
Sex	-1,469 (0,590)	-	-
age	-0,384 (0,281)	-	-
income	4,083* (1,935)	2,493** (2,477)	2,152** (2,267)
easy	3,669*** (3,705)	3,166*** (4,318)	3,070*** (4,153)
secure	-2,375*** (3,195)	-2,071*** (3,156)	-1,747*** (3,083)
cost	- 2,070** (2,159)	-1,581** (2,205)	-1,300** (2,278)
facility	2,268***	1,821**	1,586**

	(3,073)	(1,260)	(2,600)
internet	1,322 (0,693)	1,175 (0,647)	-
R² Nagelkerke	0,593	0,568	0,550
2 Log Likelihood	166,705	176,290	183,350

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Στον πίνακα 4.2 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης 4.2 για την πιθανότητα να υιοθετηθεί η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές (n=362). Στη δεύτερη στήλη είναι το Υπόδειγμα 1 όπου παρουσιάζεται το αρχικό υπόδειγμα για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές αφαιρέθηκαν από το αρχικό υπόδειγμα και τα αποτελέσματα της αρχικής εξίσωσης παρουσιάζονται στη στήλη 3, Υπόδειγμα 2.

Όπως προκύπτουν από τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.2 και συγκεκριμένα από το Υπόδειγμα 1, το φύλο και η ηλικία (“sex”, “age”) δεν αποτελούν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Τα αποτελέσματα της εκτίμησης σύμφωνα με το δεύτερο υπόδειγμα υποδηλώνουν ότι η μεταβλητή “income” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Αυτό σημαίνει πως όσο μεγαλύτερο είναι το εισόδημα τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα να υιοθετηθεί η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Εξίσου στατιστικά σημαντική είναι και η μεταβλητή “easy”, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Γεγονός που αποδεικνύει πως όσο πιο εύκολη είναι η χρήση της υπηρεσίας τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα οι καταναλωτές να τη χρησιμοποιήσουν. Με αυτό το συμπέρασμα συμφωνούν και οι Kim, Widdows and Yilmazer (2001) και Alsajjan and Dennis (2008), σε έρευνες που έγιναν σε Αμερική και Σαουδική Αραβία, αντίστοιχα.

Ο εκτιμώμενος συντελεστής για τη μεταβλητή “secure” έχει αρνητικό πρόσημο, άρα αρνητική επίδραση, αυτό σημαίνει πως όσο αυξάνεται η άποψη των καταναλωτών για μη ικανοποιητική ασφάλεια από την υπηρεσία, τόσο μειώνεται η πιθανότητα χρήσης της

ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ωστόσο, είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή “cost” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο, δηλαδή αρνητική επίδραση. Αυτό σημαίνει πως όσο μεγαλύτερο είναι το κόστος συνδρομής της υπηρεσίας τόσο μικρότερη η πιθανότητα πρόθεσης για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η μεταβλητή “facility” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, άρα θετική επίδραση. Αυτό σημαίνει πως όσο αυξάνεται η διευκόλυνση των εργασιών από τη χρήση της υπηρεσίας, τόσο θα αυξάνεται και η πιθανότητα για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Τέλος, ο εκτιμώμενος συντελεστής της μεταβλητής “internet” έχει θετικό πρόσημο, άρα θετική επίδραση, αυτό σημαίνει πως όσο αυξημένη είναι η πληροφόρηση από το διαδίκτυο, τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα για χρήση της υπηρεσίας. Είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Το R^2 Nagelkerke, είναι ο συντελεστής προσδιορισμού κατά Nagelkerke, αναφέρεται στο σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών και δείχνει πόσο καλά προσαρμόζονται τα δεδομένα. Στη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, ο συντελεστής αυτός ισούται με 0,550, που σημαίνει πως οι ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν το 55% της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής.

Συμπεραίνουμε ότι, οι μεταβλητές του εισοδήματος, της εύκολης χρήσης της υπηρεσίας, της διευκόλυνσης των εργασιών από την υπηρεσία αλλά και η πληροφόρηση από το διαδίκτυο επηρεάζουν θετικά και δίνουν την πιθανότητα υιοθέτησης της υπηρεσίας από τους καταναλωτές, ενώ το κόστος συνδρομής και η μειωμένη αντίληψη ασφάλειας μειώνουν την πιθανότητα αυξημένης χρήσης από την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

4.3 Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου και τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της υπηρεσίας.

Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα εκτίμησης του υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου. Αναλυτικότερα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης αποτελεί ο προσδιορισμός της επίδρασης ορισμένων παραμέτρων όπως το φύλο, η ηλικία, το ατομικό εισόδημα, το μορφωτικό επίπεδο, το ρίσκο που υπάρχει από τη χρήση της υπηρεσίας, η αποφυγή των ουρών από τα ταμεία, η μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους όσον αφορά την πρόσβαση στα υποκαταστήματα, εάν η πηγή πληροφόρησης είναι τα υποκαταστήματα, όταν δεν υπάρχει δέσμευση ωραρίου, εάν η πηγή πληροφόρησης είναι το διαδίκτυο.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές επιλέχθηκαν σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές μελέτες, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν τόσο σε χώρες της Ευρώπης όσο και της Αμερικής (Ismail and Masinge, 2011; Suoranta, 2003; Akturan, 2010; Lin, 2010).

Προκειμένου να εκτιμηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για τη χρήση τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου, εκτιμήθηκε η εξίσωση 4.3, στην οποία εφαρμόζεται η μέθοδος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS). Συγκεκριμένα, η εξαρτημένη μεταβλητή “mobile” είναι ποιοτική μεταβλητή και εκφράζει το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών κατά τη χρήση της υπηρεσίας, παίρνει τιμές 1 για αυτούς που έχουν κάνει χρήση της υπηρεσίας και 0 για αυτούς που δεν έχουν κάνει χρήση.

Η εξίσωση της Παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{Mobile}_i = b_0 + b_1 \text{sex}_i + b_2 \text{age}_i + b_3 \text{income}_i + b_4 \text{educate}_i + b_5 \text{risk}_i + b_6 \text{queues}_i + b_7 \text{low budget}_i + b_8 \text{branches}_i + b_9 \text{openhour}_i + b_{10} \text{internet}_i + \varepsilon_i \quad (4.3)$$

Όπου:

- ✚ **Mobile** = ποιοτική μεταβλητή που δηλώνει τους χρήστες τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω σταθερού τηλεφώνου (παίρνει τιμές 1 εάν κάνουν χρήση και 0 εάν δεν κάνουν χρήση).
- ✚ **sex (+)²** = ποιοτική μεταβλητή η οποία δηλώνει το φύλο του χρήστη. (παίρνει τιμές 0 για τις γυναίκες και 1 για τους άνδρες).
- ✚ **age (+)** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει την ηλικία του χρήστη. (παίρνει τιμές 1 για χρήστες ηλικίας άνω των 55 και 0 κάτω των 55).
- ✚ **income (+)** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από εργασία (παίρνει τιμές από 0 για όλους τους μισθούς και 1 για τον κατώτατο μισθό).
- ✚ **educate (+)** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών (παίρνει τιμές 0 για όλα τα επίπεδα και 1 για το επίπεδο λυκείου).
- ✚ **risk (+,-)** = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν το ρίσκο για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών είναι υψηλό κάνοντας χρήση της υπηρεσίας. (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ✚ **queues (+,-)** = ψευδομεταβλητή η οποία εξετάζει εάν η αποφυγή των ουρών στα ταμεία θα ήταν λόγος χρήσης της υπηρεσίας. (παίρνει τιμές 1 εάν είναι λόγος υιοθέτησης και 0 εάν δεν είναι λόγος υιοθέτησης).
- ✚ **lowbudget (+,-)** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν η μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους είναι εμφανές όσον αφορά την πρόσβαση στα υποκαταστήματα (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ✚ **branches (+)** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν το εμπορικό τραπεζικό κατάστημα είναι η πηγή πληροφόρησης για τους χρήστες όσον αφορά την τηλεφωνική τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου. (παίρνει τιμές 1 εάν είναι η πηγή πληροφόρησης και 0 εάν δεν είναι η πηγή πληροφόρησης).

2 Τα πρόσημα που προκύπτουν είναι τα αναμενόμενα σύμφωνα με προηγούμενες εμπειρικές έρευνες που μελετήθηκαν για την ηλεκτρονική τραπεζική.

🌈 **Openhour** (+,-) = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει εάν η μη δέσμευση ωραρίου είναι λόγος για χρήση της υπηρεσίας (παίρνει τιμές 1 στην περίπτωση που είναι λόγος για χρήση της υπηρεσίας και 0 στην περίπτωση που δεν είναι).

🌈 **internet** (+) = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν η πηγή πληροφόρησης για την ηλεκτρονική τραπεζική είναι το διαδίκτυο (Παίρνει τιμές 1 στην περίπτωση που είναι και 0 στην περίπτωση που δεν είναι).

🌈 **εἰ** = τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Εκτιμώμενη εξίσωση παλινδρόμησης σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες για τους χρήστες τηλεφωνικής τραπεζικής:

$$\text{Mobile} = -0,607 + 0,090 \text{ educate} + 0,170 \text{ queues} + 0,092 \text{ lowbudget} - 0,253 \text{ openhour} + 0,135 \text{ internet}$$

Στον Πίνακα 4.3 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης για τη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου από τους καταναλωτές. Στην πρώτη στήλη καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 4.3, ενώ στη δεύτερη στήλη το Υπόδειγμα 1, παρουσιάζεται το αρχικό Υπόδειγμα για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, ενώ οι μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές αφαιρέθηκαν από το αρχικό υπόδειγμα και τα αποτελέσματα της τελικής εξίσωσης παρουσιάζονται στη στήλη 3, στο Υπόδειγμα 2.

Όπως προκύπτει, από τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.3 και συγκεκριμένα από το Υπόδειγμα 1 όσον αφορά τις μεταβλητές (“sex”, “age”, “income”, “risk”, “branches”) δεν αποτελούν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές και δεν επηρεάζουν τη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου.

Τα αποτελέσματα της εκτίμησης σύμφωνα με το δεύτερο υπόδειγμα υποδηλώνουν ότι η μεταβλητή “educate” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, άρα θετική επίδραση, αυτό σημαίνει πως όσο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο τόσο πιο συχνή είναι η χρήση της υπηρεσίας.

Αντίστοιχα, θετικό πρόσημο έχει και ο εκτιμώμενος συντελεστής της μεταβλητής “queues”, που σημαίνει πως όσο αυξάνεται η περίπτωση αποφυγής ουρών στα ταμεία των υποκαταστημάτων τόσο αυξάνεται η χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου.

Η επόμενη στατιστικά σημαντική μεταβλητή που παρουσιάζεται στο Υπόδειγμα είναι η “lowbudget”, η οποία είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, θετική επίδραση, δηλαδή, όσο χαμηλότερο είναι το οικονομικό και λειτουργικό κόστος τόσο αυξάνεται η χρήση της υπηρεσίας. Σε παρόμοια αποτελέσματα της έρευνάς του κατέληξε και ο Suoranta (2003) στη Φιλανδία.

Πίνακας 4.3: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου και τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση.

Μεταβλητές (1)	Υπόδειγμα 1 (2)	Υπόδειγμα 2 (3)	Υπόδειγμα 3 (4)
Σταθερά	-0,761*** (-2,493)	-0,721*** (-2,569)	-0,607*** (-2.240)
sex	0,080 (1,008)	-	-
age	-0,015 (-0,610)	-	-
income	-0,007 (-0,254)	-0,013 (-0,560)	-
educate	0,099*** (2,924)	0,102*** (3,065)	0,090*** (2,801)

risk	0,018 (0,431)	-	-
queues	0,168* (1,964)	0,172** (2,028)	0,170 (0,047)
lowbudget	0,092*** (2,181)	0,087*** (2,122)	0,092*** (2,292)
branches	0,122 (1,354)	0,132* (1,505)	-
openhour	-0,200*** (-2,012)	-0,225*** (-2,453)	-0,253*** (-2,805)
internet	0,117 (1,514)	0,132* (1,752)	0,135* (1,784)
R² adj	0,131	0,142	0,139
F - stat	3,140	4,347	5,591

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Σε αντίστοιχες έρευνες που πραγματοποίησαν οι Akturan (2010) και Lin (2010) στην Τουρκία και στην Ταιβάν αντίστοιχα, κατέληξαν στο συμπέρασμα πως όσο δεν υπάρχει δέσμευση ωραρίου τόσο αδιάφοροι είναι οι χρήστες για την υπηρεσία της τηλεφωνικής τραπεζικής, αφού όλες οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μέσω κινητού τηλεφώνου. Η μεταβλητή “openhour” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, ωστόσο, ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο, δηλαδή αρνητική επίδραση.

Η μεταβλητή “internet” βρέθηκε στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, άρα και θετική επίδραση απέναντι στη χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου.

Όπως προκύπτει από το διορθωμένο συντελεστή (R^2) προσδιορισμού το 13,9% της διακύμανσης της εξαρτημένης ερμηνεύεται από τις συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές. Η στατιστική F είναι μια κριτική, η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της Παλινδρόμησης. Επειδή η F είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, απορρίπτω την υπόθεση H_0 (όπου $b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = b_9 = b_{10}$) έναντι της H_1 (όπου, έστω μια από τις b_0 έως b_{10} είναι διάφορη από το 0), οπότε υπάρχει ένδειξη καλής προσαρμογής του δείγματος.

Συνοψίζοντας, για τη χρήση τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου επηρεάζει θετικά το μορφωτικό επίπεδο, η αποφυγή ουρών στα ταμεία των υποκαταστημάτων, το οικονομικό και λειτουργικό κόστος όταν είναι χαμηλό, η μη δέσμευση ωραρίου και τέλος η πληροφόρηση μέσω διαδικτύου. Αντίθετα, καμία επίδραση δεν δίνεται από το φύλο, την ηλικία, το ατομικό μηνιαίο εισόδημα, το ρίσκο υποκλοπής πληροφοριών και τέλος, η πληροφόρηση μέσω των υποκαταστημάτων.

4.4 Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής για λόγους αύξησης της εγκληματικότητας.

Η αύξηση της εγκληματικότητας θα μπορούσε να αποτελέσει βασικό λόγο για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Παρακάτω, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα εκτίμησης του υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της λόγω αύξησης της εγκληματικότητας. Αναλυτικότερα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης αποτελεί ο προσδιορισμός της επίδρασης ορισμένων παραμέτρων όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το καθαρό ατομικό μηνιαίο εισόδημα, η ευκολία χρήσης, η δωρεάν παροχή διαδικτύου από το σπίτι, το οικονομικό και λειτουργικό κόστος όσον αφορά την πρόσβαση στα υποκαταστήματα, εάν είναι σημαντικός παράγοντας η ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών μέσω των καναλιών επικοινωνίας με βάση την εγκληματικότητα που υπάρχει κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας και εάν θα ήταν ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών στοιχείων, λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας.

Στην Παλινδρόμηση αυτή, εφαρμόστηκε η μέθοδος της λογιστικής παλινδρόμησης (Binary Logistic Regression), διότι η εξαρτημένη μεταβλητή “Violence” είναι ψευδομεταβλητή και εξετάζει εάν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας, παίρνει τιμή 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση. Η εκτίμηση της λογιστικής παλινδρόμησης γίνεται λαμβάνοντας υπόψη το λόγο των πιθανοτήτων και η εκτίμηση των παραμέτρων b_i γίνεται με τη μέθοδο της μέγιστης πιθανοφάνειας.

Η εξίσωση παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{Violence}_i = b_0 + b_1 \text{sex}_i + b_2 \text{educate}_i + b_3 \text{age}_i + b_4 \text{income}_i + b_5 \text{homewfi} + b_6 \text{lowbudget}_i + b_7 \text{easy}_i + b_8 \text{intersec}_i + b_9 \text{fear}_i + \varepsilon_i \quad (4.4)$$

Όπου:

-  **Violence** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας (παίρνει τιμή 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
-  **sex** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει το φύλο του χρήστη. (παίρνει τιμές 0 για τις γυναίκες και 1 για τους άνδρες).
-  **educate** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών (παίρνει τιμές 0 για όλα τα επίπεδα και 1 για το επίπεδο λυκείου).
-  **age** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει την ηλικία του χρήστη. (παίρνει τιμές από 0 έως 10).
-  **income** = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από εργασία (παίρνει τιμές από 0 έως 5).
-  **homewifi** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν η δωρεάν παροχή διαδικτύου στο σπίτι θα ήταν λόγος υιοθέτησης της χρήσης για την υπηρεσία (παίρνει την τιμή 1 για θετική απάντηση και την τιμή 0 για αρνητική απάντηση).
-  **lowbudget** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν η μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους είναι εμφανές όσον αφορά την πρόσβαση στα υποκαταστήματα (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
-  **easy** = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η χρήση της υπηρεσίας είναι εύκολη για τους χρήστες (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
-  **intersec** = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν είναι σημαντικός παράγοντας η ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών με βάση την εγκληματικότητα που υπάρχει κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).

🌈 **fear** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών στοιχείων θα ήταν λόγος για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).

🌈 **ei** = τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Εκτιμώμενη εξίσωση παλινδρόμησης σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες για το πόσο επηρεάζει η αύξηση της εγκληματικότητας την υιοθέτηση της υπηρεσίας:

$$\text{Violence} = -2,080 - 0,493 \text{ homewf} + 0,298 \text{ lowbudget} + 0,994 \text{ easy} + 0,464 \text{ intersec}$$

Στον Πίνακα 4.4 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εκτίμησης της εξίσωσης (4.4) για τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής με βάση την αύξηση της εγκληματικότητας. Όπου στην πρώτη στήλη καταγράφονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές της εξίσωσης 4.4 και στη δεύτερη στήλη του Υποδείγματος 1, παρουσιάζεται το αρχικό υπόδειγμα για το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών. Που στη συνέχεια, η μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές αφαιρέθηκαν από το αρχικό υπόδειγμα και τα αποτελέσματα της τελικής εξίσωσης παρουσιάζονται στη στήλη 3.

Όπως προκύπτει, από τα αποτελέσματα του Πίνακα 4.4 και συγκεκριμένα από το Υπόδειγμα 1, οι ανεξάρτητες μεταβλητές που δεν επηρεάζουν την εξαρτημένη μεταβλητή όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι η ηλικία και ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών (“age”, “fear”).

Σύμφωνα με το Υπόδειγμα 2, οι μεταβλητές που δεν επηρεάζουν καθόλου και δεν είναι στατιστικά σημαντικές είναι το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο και το καθαρό ατομικό μηνιαίο εισόδημα (“sex”, “educate”, “income”).

Πιο αναλυτικά, η μεταβλητή (“homewifi”) είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο, αυτό σημαίνει πως όσο δίνετε η δωρεάν παροχή διαδικτύου από το σπίτι τόσο μειώνεται η πιθανότητα να επηρεάζονται οι καταναλωτές από την εγκληματικότητα που επικρατεί στην κοινωνία.

Η μεταβλητή (“lowbudget”) έχει εκτιμώμενο συντελεστή με θετικό πρόσημο, αυτό σημαίνει πως όσο μειώνεται το οικονομικό και λειτουργικό κόστος τόσο αυξάνεται η πιθανότητα για χρήση της υπηρεσίας και δεν υπάρχει επιρροή για την εγκληματικότητα.

Πίνακας 4.4: Εκτίμηση υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής για λόγους αύξησης της εγκληματικότητας.

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2	Υπόδειγμα 3
(1)	(2)	(3)	(4)
Σταθερά	-0,651* (0,207)	-0,553* (0,165)	-2,080*** (6,868)
sex	-0,453* (1,676)	-0,428 (1,514)	-
educate	-0,184* (1,539)	-0,177 (1,481)	-
Age	0,158 (1,685)	-	-
Income	-0,208** (2,444)	-0,107 (1,012)	-
Homewf	0,713*** (4,010)	-0,669*** (3,590)	-0,493*** (2,144)
lowbudget	0,337*** (2,650)	0,361*** (3,106)	0,298*** (2,250)
easy	1,219***	1,171***	0,994***

	(4,981)	(4,628)	(3,509)
Intersec	0,523*** (8,064)	0,483*** (7,497)	0,464*** (7,320)
Fear	-0,193 (0,419)	-	-
R² Nagelkerke	0,175	0,161	0,124
2 Log Likelihood	211,963	214,082	219,670

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Όσον αφορά τη μεταβλητή (“easy”), είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, αυτό σημαίνει πως όσο αυξάνεται η ευκολία χρήσης τόσο μειώνεται η πιθανότητα για χρησιμοποεί κάποιος την υπηρεσία, λόγω αύξησης της εγκληματικότητας.

Τέλος, θετικό πρόσημο έχει και ο εκτιμώμενος συντελεστής της μεταβλητής (“intersec”). Όσο αυξάνεται η πιθανότητα η ασφάλεια να είναι σημαντικός παράγοντας λόγο εγκληματικότητας τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να υιοθετηθεί η ηλεκτρονική τραπεζική λόγω αύξησης εγκληματικότητας.

Το **R² Nagelkerke**, είναι ο συντελεστής προσδιορισμού κατά Nagelkerke, αναφέρεται στο σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών και δείχνει πόσο καλά προσαρμόζονται τα δεδομένα. Στη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, ο συντελεστής ισούται με 0,124, δηλαδή το 12,4% της διακύμανσης της εξαρτημένης ερμηνεύεται από τις συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές.

Συνεπώς, από τη συγκεκριμένη παλινδρόμηση, η μεταβλητή που επηρεάζει αρνητικά την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής λόγω αύξησης της εγκληματικότητας είναι η δωρεάν παροχή διαδικτύου από το σπίτι. Οι μεταβλητές που δεν επηρεάζουν και δεν είναι στατιστικά σημαντικές είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το ατομικό μηνιαίο εισόδημα και ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών. Αντιθέτως, θετικά επηρεάζουν η ευκολία χρήσης, το οικονομικό και λειτουργικό κόστος για την πρόσβαση στα υποκαταστήματα και τέλος η ασφάλεια

που προσφέρουν οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής λόγω της εγκληματικότητας που δέχονται άτομα της τρίτης ηλικίας.

4.5. Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για την ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών μέσω σταθερού, κινητού τηλεφώνου ή διαδικτύου με βάση την εγκληματικότητα που υφίσταται κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας.

Στην παρούσα υποενότητα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα εκτίμησης του υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών μέσω σταθερού και κινητού τηλεφώνου με βάση την εγκληματικότητα.

Αναλυτικότερα, σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης αποτελεί ο προσδιορισμός της επίδρασης ορισμένων παραμέτρων όπως το φύλο, η δυσκολία χρήσης, κατά πόσο είναι ακριβείς στις πληροφορίες τους οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης, η οικογενειακή κατάσταση, ο φόβος για υποκλοπή προσωπικών πληροφοριών, το μορφωτικό επίπεδο, το ρίσκο, το κόστος συνδρομής, η εμπιστοσύνη, η εγκληματικότητα, η κακή εξυπηρέτηση από το προσωπικό και η εύκολη πρόσβαση στην ιστοσελίδα της υπηρεσίας.

Προκειμένου να διεξαχθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ικανοποίησης των χρηστών εκτιμήθηκε η εξίσωση 4.5, στην οποία εφαρμόζεται η μέθοδος της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (OLS). Συγκεκριμένα, η εξαρτημένη μεταβλητή «Intersec» είναι ποσοτική μεταβλητή και δηλώνει την ασφάλεια που νιώθουν οι καταναλωτές με βάση την εγκληματικότητα.

Η εξίσωση της Παλινδρόμησης ορίζεται ως εξής:

$$\text{Intersec}_i = b_0 + b_1 \text{sex}_i + b_2 \text{specific}_i + b_3 \text{fear}_i + b_4 \text{educate}_i + b_5 \text{risk}_i + b_6 \text{cost}_i + b_7 \text{trust}_i + b_8 \text{violence}_i + b_9 \text{family}_i + b_{10} \text{badserve}_i + b_{11} \text{difficuli}_i + b_{12} \text{site}_i + \varepsilon_i \quad (4.5)$$

Όπου:

- ❖ **Intersec** = ποσοτική μεταβλητή η οποία δηλώνει την ασφάλεια που νιώθουν οι καταναλωτές από την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών μέσω σταθερού, κινητού τηλεφώνου ή διαδικτύου με βάση την εγκληματικότητα (παίρνει τιμές 0 = Διαφωνώ απόλυτα και 4 = Συμφωνώ απόλυτα).
- ❖ **trust** = ποσοτική μεταβλητή (τύπου Likert), η οποία εξετάζει κατά πόσο εμπιστεύονται οι καταναλωτές την υπηρεσία (παίρνει τιμές από 0=καθόλου ικανοποιημένος έως 4=πάρα πολύ ικανοποιημένος).
- ❖ **fear** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει εάν ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών στοιχείων θα ήταν λόγος για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- ❖ **violence** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει εάν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- ❖ **risk** = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν το ρίσκο για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών είναι υψηλό κάνοντας χρήση της υπηρεσίας. (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ❖ **cost** = ποσοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν το απαιτούμενο κόστος συνδρομής για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι υψηλό (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ❖ **educate** = ψευδομεταβλητή που εξετάζει το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών (παίρνει τιμές 0 για όλα τα επίπεδα και 1 για το επίπεδο λυκείου).
- ❖ **family** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει την οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών (παίρνει την τιμή 1 για άγαμος και 0 για όλες τις υπόλοιπες περιπτώσεις).
- ❖ **sex** = ψευδομεταβλητή η οποία δηλώνει το φύλο του χρήστη. (παίρνει τιμές 0 για τις γυναίκες και 1 για τους άνδρες).
- ❖ **badserve** = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η κακή εξυπηρέτηση από το προσωπικό θα ήταν λόγος αποχώρησης από την υπηρεσία (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).

- ❖ **difficul** = ποιοτική μεταβλητή που εξετάζει εάν η δυσκολία χρήσης της συγκεκριμένης πλατφόρμας θα ήταν λόγος αποχώρησης από την υπηρεσία (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- ❖ **specific** = ποσοτική μεταβλητή η οποία εξετάζει εάν οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης των εμπορικών τραπεζών είναι ακριβείς στις πληροφορίες που δίνουν (παίρνει τιμές από 0=διαφωνώ απόλυτα έως 4=συμφωνώ απόλυτα).
- ❖ **site** = ποιοτική μεταβλητή η οποία δηλώνει εάν η πιο εύκολη ταξινόμηση των υπηρεσιών στην ιστοσελίδα θα ήταν απαιτούμενη λειτουργική αλλαγή στην υπηρεσία (παίρνει τιμές 1 για θετική απάντηση και 0 για αρνητική απάντηση).
- ❖ **xi** = τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Εκτιμώμενη εξίσωση παλινδρόμησης σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες για την ασφάλεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών όσον αφορά την εγκληματικότητα:

$$\text{Intersec} = 1,234 + 0,198 \text{ trust} + 0,425 \text{ fear} + 0,500 \text{ violence} + 0,162 \text{ risk} - 0,170 \text{ cost} - 0,407 \text{ badserve} + 0,182 \text{ specific}$$

Πίνακας 4.5: Εκτίμηση υποδείγματος πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ασφάλεια που νιώθουν οι καταναλωτές λόγω της εγκληματικότητας και πως επηρεάζει τη χρήση της υπηρεσίας.

Μεταβλητές (1)	Υπόδειγμα 1 (2)	Υπόδειγμα 2 (3)	Υπόδειγμα 3 (4)
Σταθερά	0,481** (0,489)	1,068** (2,446)	1,234*** (2,893)
Trust	0,176*	0,202**	0,198**

	(1,345)	(2,391)	(2,337)
Fear	0,590** (2,807)	0,391** (2,832)	0,425*** (3,098)
Violence	0,739*** (3,458)	0,508*** (3,677)	0,500*** (3,600)
Risk	0,229* (1,990)	0,167** (2,177)	0,162** (2,109)
cost	-0,228** (-2.272)	-0,164*** (-2,593)	-0,170** (-2,675)
Educate	0,033 (0,387)	-	-
Family	0,016 (0,144)	-	-
sex	-0,030 (-0,145)	-	-
Badserve	-0,476* (-1,973)	-0,359** (-2,281)	-0,407** (-2,621)
Difficul	0,382* (1,820)	0,226* (1,623)	-
Specific	0,214* (1,618)	0,204** (2,220)	0,182* (1,989)
site	0,023	-	-

	(0,112)		
R ² adj	0,232	0,201	0,193
F-stat	3,467*	6,629*	7,131*

Σημείωση: οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν τη στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

Στον Πίνακα 4.5 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της εξίσωσης 4.5, όσον αφορά τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν την ασφάλεια που νιώθουν οι καταναλωτές με βάση την εγκληματικότητα και κατά πόσο επηρεάζει τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στην πρώτη στήλη καταγράφονται οι ανεξάρτητες μεταβλητές. Το πρώτο υπόδειγμα περιλαμβάνει το σύνολο των μεταβλητών, οι οποίες σταδιακά αφαιρούνται ώστε να προκύψει το τελικό υπόδειγμα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της εκτίμησης του δεύτερου υποδείγματος, αποδεικνύεται πως οι μεταβλητές “educate”, “family”, “sex” και “site”, δεν είναι στατιστικά σημαντικές.

Τα αποτελέσματα της εκτίμησης σύμφωνα με το τρίτο υπόδειγμα υποδηλώνουν πως οι μεταβλητές “educate”, “family”, “sex”, “difficul” και “site” δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Αντιθέτως, η μεταβλητή “trust” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής είναι θετικός, άρα ασκεί θετική επίδραση, που σημαίνει πως όσο αυξάνεται η ασφάλεια τόσο αυξάνεται και η εμπιστοσύνη των χρηστών της υπηρεσίας.

Στη συνέχεια η μεταβλητή “fear”, είναι επίσης στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Υπάρχει θετική επίδραση καθώς ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο, όσο αυξάνεται η ο φόβος για υποκλοπή των προσωπικών στοιχείων τόσο αυξάνεται και η ασφάλεια για παροχής από την υπηρεσία.

Εξίσου στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι και η μεταβλητή “violence”, με θετικό πρόσημο στον εκτιμώμενο συντελεστή και κατά συνέπεια θετική επίδραση. Αυτό σημαίνει πως όσο αυξάνεται η χρήση της υπηρεσίας λόγω

εγκληματικότητα τόσο αυξάνεται και η ασφάλεια για εκπλήρωση των υπηρεσιών από τις ομάδες ατόμων τρίτης ηλικίας.

Έπειτα η μεταβλητή “cost” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Θτική επίδραση, γεγονός που σημαίνει πως όσο αυξάνεται το ρίσκο τόσο αυξάνεται και η ασφάλεια για εκπλήρωση τραπεζικών συναλλαγών λόγω της εγκληματικότητας.

Αντίθετα, η μεταβλητή “cost” δεν έχει θετικό πρόσημο στον εκτιμώμενο συντελεστή, που σημαίνει πως ασκεί αρνητική επίδραση, αν και είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό εξηγεί πως όσο αυξάνεται το απαιτούμενο κόστος, μειώνεται η ασφάλεια καθώς και η χρήση της υπηρεσίας από ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας.

Ομοίως και η μεταβλητή “badserve”, είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, με αρνητικό πρόσημο, δηλαδή ασκείται αρνητική επίδραση. Όσο αυξάνεται η αποχώρηση από την τράπεζα λόγω κακής εξυπηρέτησης από το προσωπικό, τόσο μειώνεται η ασφάλεια για εκπλήρωση τραπεζικών συναλλαγών.

Τέλος, η μεταβλητή “specific” είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Θετικό πρόσημο στον εκτιμώμενο συντελεστή, κατά συνέπεια ασκεί θετική επίδραση. Από αυτό αποδεικνύεται πως όσο αυξάνεται η καλή εξυπηρέτηση από τους συμβούλους των τραπεζών τόσο αυξάνεται και η ασφάλεια για την πραγματοποίηση των συναλλαγών.

Όπως προκύπτει από το διορθωμένο συντελεστή (R^2) προσδιορισμού το 19,3% της διακύμανσης της εξαρτημένης ερμηνεύεται από τις συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές. Η στατιστική F είναι μια κριτική, η οποία εκφράζει τη συνολική ερμηνευτικότητα της Παλινδρόμησης. Επειδή η F είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, απορρίπτω την υπόθεση H_0 (όπου $b_0 = b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = b_8 = b_9 = b_{10} = b_{11} = b_{12}$) έναντι της H_1 (όπου, έστω μια από τις b_0 έως b_{10} είναι διάφορη από το 0), οπότε υπάρχει ένδειξη καλής προσαρμογής του δείγματος.

Συνοψίζοντας, για την ασφάλεια που λαμβάνει ο χρήστης από τη χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής επηρεάζει θετικά το οικονομικό και λειτουργικό κόστος όταν είναι χαμηλό, η μη δέσμευση ωραρίου, το ρίσκο υποκλοπής πληροφοριών, η εμπιστοσύνη, ο φόβος για υποκλοπή προσωπικών στοιχείων και τέλος οι ακριβείς πληροφορίες των συμβούλων εξυπηρέτησης.

Συμπεράσματα

Τα τελευταία χρόνια, η τεχνολογία εξελίσσεται ραγδαία σε όλους τους τομείς. Συνδυασμένη με την καινοτομία, προσπαθεί να συμβάλει όσο περισσότερο είναι εφικτό στην πιο άνετη και εύκολη ζωή για τον καταναλωτή. Κυρίως από τη δεκαετία του '90 και έπειτα, αυτό γίνεται σαφές και στην βιομηχανία της τράπεζας στην Ελλάδα, αφού ξεκινά να προάγεται η ηλεκτρονική τραπεζική, παρ' όλα αυτά δεν έχει καταφέρει ακόμη (2013) να εδραιωθεί πλήρως. Όλο και περισσότερες τράπεζες υιοθετούν την υπηρεσία και προσπαθούν να πείσουν τους πελάτες τους να τη χρησιμοποιήσουν.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής ήταν να εξετάσει τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να υιοθετηθεί η ηλεκτρονική τραπεζική, πως μπορεί να ικανοποιήσει στο έπακρο τους χρήστες της και ποια η συμβολή της στη μακροχρόνια ανάπτυξη των τραπεζικών επιχειρήσεων στον Ελλαδικό χώρο. Για το λόγο αυτό, πραγματοποιήθηκε εμπειρική ανάλυση με σκοπό να διερευνηθούν οι προσδιοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της υπηρεσίας και πολλά ακόμα.

Λαμβάνοντας υπόψη τη στατιστική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 362 καταναλωτών στην περιοχή του νομού Αττικής, το 49,7% των ερωτώμενων είναι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και το 45,4% των ερωτώμενων είναι πολύ ικανοποιημένοι από τη χρήση της υπηρεσίας. Σχετικά με την ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση των υπηρεσιών με βάση την εγκληματικότητα σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας, το 41,2% των ερωτώμενων συμφώνησε πως είναι ικανοποιημένοι, γεγονός που λαμβάνεται υπόψη από τους καταναλωτές, όπως και το γεγονός ότι το 68% των ερωτώμενων θα έκανε χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής λόγω αύξησης της εγκληματικότητας.

Στο πρώτο υπόδειγμα εξετάστηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για την ικανοποίηση που λαμβάνουν οι χρήστες από τη χρήση της υπηρεσίας. Παρατηρήθηκε πως οι μεγαλύτεροι σε ηλικία χρήστες ικανοποιούνται λιγότερο από τους μικρότερους, διότι συνδέεται με την ευκολία της χρήσης, όσο πιο εύκολη είναι τόσο πιο ικανοποιημένοι και οι χρήστες. Επίσης, το ίδιο συμβαίνει και με την ασφάλεια που νιώθουν, η οποία επηρεάζει σημαντικά, όπως και η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης

των λειτουργιών της υπηρεσίας. Ακόμη και η ενημέρωση που λαμβάνουν, αλλά και οι πιο ακριβείς πληροφορίες συμβάλουν σημαντικά στη μέγιστη ικανοποίησή τους.

Στο δεύτερο υπόδειγμα παλινδρομήσεων, μελετήθηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για τους χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τι τους επηρεάζει στη χρήση ή μη αυτής. Αποδεικνύεται πως το εισόδημα καθορίζει αν ο καταναλωτής θα είναι χρήστης ή όχι, όπως και η ευκολία χρήσης της υπηρεσίας. Εάν υπάρχει απαιτούμενο κόστος συνδρομής, τότε η συμμετοχή μειώνεται, ενώ όσο αυξάνεται η διευκόλυνση των εργασιών τόσο πιο εύκολα υιοθετείτε.

Στο τρίτο υπόδειγμα παλινδρομήσεων μελετήθηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για τους χρήστες της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου. Όπως προκύπτει, τα δημογραφικά στοιχεία δεν επηρεάζουν ιδιαίτερα τη χρήση της συγκεκριμένης λειτουργίας. Ιδιαίτερα οι καταναλωτές με υψηλό μορφωτικό επίπεδο θα έκαναν αισθητή την παρουσία τους στο χώρο, καθώς είναι έντονη η ανάγκη για αποφυγή των ουρών στα ταμεία των υποκαταστημάτων. Επίσης, όσο μειώνεται το λειτουργικό και οικονομικό κόστος αυξάνεται και η χρήση της υπηρεσίας.

Στο τέταρτο υπόδειγμα παλινδρομήσεων εξετάστηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για το αν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η μείωση του οικονομικού και λειτουργικού κόστους είναι βασικό κίνητρο για χρήση της υπηρεσίας, όπως αυξάνει την πιθανότητα χρήσης και η ευκολία που διαθέτει η υπηρεσία. Τέλος, όσο αυξάνεται η πιθανότητα να είναι ασφαλής η υπηρεσία κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας τόσο πιο πιθανό είναι να υιοθετηθεί η ηλεκτρονική τραπεζική.

Στο τελευταίο υπόδειγμα παλινδρομήσεων μελετήθηκαν οι προσδιοριστικοί παράγοντες για την ασφάλεια που λαμβάνουν οι χρήστες που ανήκουν σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας, με βάση την εγκληματικότητα. Παρατηρήθηκε, πως η εμπιστοσύνη είναι σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση όπως και ο φόβος για υποκλοπή προσωπικών πληροφοριών. Το ρίσκο αλλά και η υιοθέτηση της υπηρεσίας λόγω αύξησης της εγκληματικότητας, είναι παράγοντες που επηρεάζουν σημαντικά στην υιοθέτηση της υπηρεσίας.

Από την παρούσα μελέτη διαπιστώνεται πόσο σημαντική είναι η υιοθέτηση της υπηρεσίας αλλά ακόμα πιο σημαντική είναι η μάχη που πρέπει να κερδίσουν οι τράπεζες για την εμπιστοσύνη του καταναλωτή. Παρατηρείται πως τα ποσοστά μη σωστά πληροφορημένων καταναλωτών, είναι αρκετά υψηλά, αυτό σημαίνει πως δεν είναι επαρκής η ενημέρωση που λαμβάνουν οι καταναλωτές από τις υπηρεσίες. Θα πρέπει να ενστερνιστούν όχι μόνο τις λειτουργικές ευκολίες που προσφέρει η υπηρεσία, αλλά και τα πλεονεκτήματα ως προς το περιβάλλον, την κοινωνία και την οικονομία.

Η συγκεκριμένη μελέτη συμβάλει στον προσδιορισμό ορισμένων εργαλείων για την υιοθέτηση και χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, στο νομό Αττικής. Δε πραγματοποιήθηκε έρευνα για το πώς θα μπορούσε να είναι πιο εφικτή για ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας, σε λογισμικό επίπεδο. Επίσης, κατά πόσο οι χρήστες θα αντικαθιστούσαν την υπηρεσία με κάποια πιο σύντομη και ευέλικτη, καθώς και με βάση την εμπειρία τους πως θα μπορούσε να εξελιχθεί η υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Σύμφωνα με τη συνέντευξη του κ. Μπαλωμένου Ανδρέα, οι Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες της Τραπέζης δημιουργήθηκαν, λειτουργούν και εξελίσσονται καθημερινά με σκοπό την κάλυψη των καθημερινών αναγκών των προσώπων εκείνων – φυσικών / νομικών – που επισκέπτονται το δίκτυο των καταστημάτων. Από τις πιο απλές συναλλαγές όπως αυτή της ενημέρωσης μέχρι τις πιο σημαντικές όπως μισθοδοσία, πληρωμή προμηθευτών και οφειλών εν γένει μπορούν να πραγματοποιηθούν μέσω της Υπηρεσίας Alpha Web Banking Ιδιωτών / Εταιριών ελαχιστοποιώντας το χρόνο και το κόστος αυτών μέσα στο πλαίσιο ασφάλειας που πρεσβεύει η Τράπεζα. Το κρίσιμο όμως σημείο είναι ότι οι Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες και δη η Υπηρεσία Alpha Web Banking, δεν πρόκειται και ούτε φυσικά είναι επιθυμητό, να αντικαταστήσει το Δίκτυο των καταστημάτων. Αντιθέτως, η ύπαρξή της αποτελεί ουσιαστικά συμπλήρωμα του Δικτύου και μέσο εκτέλεσης των καθημερινών εργασιών του, με σκοπό την αποφόρτιση αυτού και την παρουσία του στο πελατειακό κοινό για την ενημέρωση, την συμβουλή, την προώθηση και την πώληση των προϊόντων της Τραπέζης. Όσον αφορά τον πραγματικό σκοπό χρήσης της Alpha web banking μας είπε: «Η επίτευξη των στόχων των καταστημάτων μπορεί να επιτευχθεί καλύτερα

όταν υπάρχουν, εκτός της απαραίτητης γνώσης, και οι κατάλληλες συνθήκες χώρου και χρόνου. Οι συνθήκες αυτές μπορούν να επιτευχθούν με τη βοήθεια των εναλλακτικών δικτύων, καθώς θα μειώσουν σημαντικά τις καθημερινές συναλλαγές στα γκισέ των καταστημάτων. Αποδεικνύεται μάλιστα καθημερινά ότι η χρήση των εναλλακτικών δικτύων μειώνει το φόρτο εργασίας ταμειακών συναλλαγών στο Δίκτυο των καταστημάτων, συμβάλλει στην αύξηση του μέσου υπολοίπου των καταθετικών λογαριασμών των πελατών, μειώνοντας το διαχειριστικό και το χρηματο-οικονομικό κόστος τους αλλά και τον λειτουργικό κίνδυνο τόσο των ιδίων όσο και της τραπεζής. Επιπροσθέτως, η ικανοποίηση των πελατών μας από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών παίζει ουσιαστικό ρόλο στη διατήρηση, και συχνά την αποκλειστικότητα, της σχέσεως των πελατών με την τράπεζα, με προφανή πολλαπλά οφέλη και για τα δύο μέρη. Ως ηλεκτρονικές υπηρεσίες ορίζουμε τις μεθόδους διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών ή εργασιών εξ αποστάσεως μέσω τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Η τράπεζα, στον μακροχρόνιο στρατηγικό σχεδιασμό της, έχει θέσει ως στόχο τη διαρκή αύξηση του ποσοστού των συναλλαγών μέσω ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε σχέση με αυτές των καταστημάτων», ενώ σύμφωνα με τον κ. Σταυράκη η συχνότητα ανταπόκρισης των πελατών τους και η διάκρισή τους συμβαίνει ως εξής: «Η συχνότητα είναι πολύ σημαντική και αξιόλογη, σε σχέση με το πελατολόγιό μας το οποίο διακρίνετε στους HSBC PREMIER και HSBC ADVANCE, ανάλογα με το ποσό των διαθέσιμων εισοδημάτων τους. Κυρίως στοχεύουμε στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα των πελατών μας» και σχετικά με τα άτομα τρίτης ηλικίας και εάν αποτελούν ξεχωριστό target group: «Όχι, βέβαια. Αν και παραμένει αρκετά δύσκολο, κυρίως χρειάζεται περισσότερος χρόνος».

Βιβλιογραφία

Ξένη βιβλιογραφία:

- 1.Ahmad, M.S., Rashid, S., Masood, M.T. and U.T. Mujeeb. (2011), "E-Banking: A Case Study of Askari Commercial Bank Pakistan". *Management & Marketing*, Vol. 9(2), pp. 243-254.
- 2.Akturan, U. and N. Tezcan. (2010), "The Effects Of Innovation Characteristics On Mobile Banking Adoption". *10th Global Conference On Business Of Economics*, October 15-16, Rome, Italy.
- 3.Alsajjan, B. and C. Dennis. (2008), "Internet Banking Acceptance Model: Cross-market Examination". *Journal of Business Research*, Vol. 63(9-10), pp. 957-963.
- 4.Amin, H. (2007), "Internet Banking Adoption Among Young Intellectuals". *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 12(3), pp. 1-13.
- 5.Aregbeyen, O. (2011), "The Determinants Of Bank Selection Choices By Customers: Recent And Extensive Evidence From Nigeria". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 (22), pp. 276-288.
- 6.Arunkumar, S. (2007), "A Study On Attitude And Intention Towards Internet Banking With Reference To Malaysian Consumers In Klang Valley Region". *The International Journal of Applied Management and Technology*, Vol. 6(1), pp. 115-145.
- 7.Barati, S. and S. Mohammadi. (2009), "An Efficient Model To Improve Customer Acceptance Of Mobile Banking". *Proceedings of the world Congress on Engineering and Computer Science*, San Francisco, USA.
- 8.Basias, N., Themistocleous M. and V. Morabito. (2012), "Influential Factos Of SOA Adoption In E-banking". *European, Meditterannean & Middle Eastern Conference On Information System*, June 7-8, Munich, Germany.
- 9.Baskar, S. and M. Ramesh. (2010), "Growth, Finance And Regulation". *Economics and Business*, Vol. 6(3), pp. 45-51.
- 10.Blauw, S. and P. Franses. (2011), "The Impact Of Mobile Telephone Use On Economic Development Of Households In Uganda", *Tinbergen Institute Discussion*, Vol. 4(1), pp. 152-154.
- 11.Beethika, S.K. (2004), "Consumer Adoption Of Online Banking: Does Distance Matter?". Department of Economics, *Working Paper*, No. E04-338. University Of Berkeley.

12. Brown, I., Cajee, Z., Davies, D. and S. Stroebel. (2003), "Cell Phone Banking: Predictors Of Adoption In S.Africa-An Exploratory Study". *International journal of information management*, Vol. 23(5), pp. 381-394.
13. Calisir, F. and C.A. Gumussoy. (2008), "Internet Banking Versus Other Banking Channels: Young Consumers' View". *International journal of Information Management* 28, Vol. 28(3), pp. 215-221.
14. Chung, W. and J. Paynter. (2002), "An Evaluation Of Internet Banking In New Zealand." *Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Science*.
15. Cruz, P. and P. Munoz. (2010), "Satisfaction And E-quality: Some Evidence From Internet Banking". *The Young Economists Journal*, Vol. 1(6), pp. 9-13.
16. Dogarawa, A.B. (2005), "The Impact Of E-banking On Customer Satisfaction In Nigeria", *MPRA Paper 23200*, University of Munich, Germany.
17. Gu, J-C., Lee, S-C. and Y-H. Suh. (2009), "Determinants Of Behavioral Intention To Mobile Banking". *Experts systems of Applications*, Vol. 36(9), pp. 11605-11616.
18. Hossain, M. and S. Leo. (2009), "Customer Perception On Service Quality In Retail Banking In Middle East: The Case Of Qatar". *International journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. 2(4), pp. 338-350.
19. Ilter, B., Saatciogloy, O. and E. Kuruoglu. (2009), "Who Uses Internet Banking In Turkey And Why". *European and Mediterranean Conference on Information Systems*, July 13-14, Izmir.
20. Ismail, T. and K. Masinge. (2011), "Mobile Banking: Innovation For The Poor". *Working Paper*, No.2011-074, United Nations University.
21. Kagara, E. and K. Voyiatzis. (2010), "The Customer Service In The Banking Sector As A Means Of Creating A Competitive Advantage: The Case Of Attica Bank". *Management Of International Business And Economic System*, Vol. 4(6), pp 644-657.
22. Karanikolas, P. and G. Pentaris. (2007), "Secure E-banking In Greece". *BCI'07. 3rd Balkan Conference in Informatics*, September 27-29, Sofia, Bulgaria.
23. Khalid, A.M. and A.M. Noor. (2009), "E-Service Quality, Ease Of Use, Usability And Enjoyment As Antecedents Of E-CRM Performance: An Empirical Investigation In Jordan Mobile Phone Services". *The Asian Journal Of Technology Management*, Vol. 2(2), pp. 11-25.
24. Kim, B-M., Widdows, R. and T. Yilmazer. (2005), "The Determinants Of Consumers' Adoption In Internet Banking". *Consumer Behavior and Payment Choice Proceedings*, Federal Reserve Bank of Boston.

- 25.Kirui, O.K., Okello, J.J. and R.A. Nyikal. (2010), "Awareness And Use Of M-Banking Services In Agriculture: The Case Of Smallholder Farmers In Kenya". *Contributed Paper Presented At The Joint3rd African Association of Agricultural Economists (AAAE) and 48th Agricultural Economists Association of South Africa (AEASA) Conference*, Cape Town, South Africa, September 19-23.
- 26.Koskosas, I. (2011), "The Pros And Cons Of Internet Banking: A Short Review". *Business Excellence And Management*, Vol.1 (1), pp.49-58.
- 27.Koskosas, I. (2011), "Risk Management In On-line Banking". *Intelligent Informationn Management*, Vol. 3(1), pp. 112-118.
- 28.Kumbhar, V. M. (2011), "Service Quality Perception And Customers' Satisfaction In Internet Banking Service: A Case Study Of Public And Private Sector Banks". *The International Online Journal*, Vol. 4(2), pp. 21-30.
- 29.Lee, K.C. and N. Chung. (2009), "Understanding Factors Affecting Trust In and Satisfaction With Mobile Banking in Korea: A Modified DeLone and McLean's Model Perspective". *Interacting with Computers*, Vol. 21(5-6), pp. 385-392.
- 30.Lichtenstein, S. & K. Williamson. (2006), "Understanding Consumer Adoption Of Internet Banking: An Interpretive Study In The Australian Banking Context". *Journal of Electronic commerce research*, Vol. 7(2), pp. 50-66.
- 31.Lin, H.F. (2011), "An Empirical Investigation Of Mobile Banking Adoption: The Effect Of Innovation Attributes And Knowledge-Based Trust". *International Journal Of Information Management*, Vol. 31(3), pp. 252-260.
- 32.Lii, Y. (2009), "A Model Of Customer E-loyalty In The Online Banking", *Economics Bulletin journal*, Vol. 29(2), pp. 891-902.
- 33.Maditinos, D., Tsairidis, C. and C. Grigoriadis. (2009), "Internet Banking User Acceptance: Evidence From Greece And Bulgaria". *5th HSSS Conference, Democritus University of Thrace*, Xanthi, Greece, 24-27.
- 34.Malik, M.E., Naeem, B. and Z. Arif. (2011), "Impact Of Perceived Service Quality on Banking Customers' Loyalty". *Interdisciplinary Journal Of contemporary research in business*, Vol. 3(8), pp. 637-645.
- 35.Marimon, F., Yaya, L.H. and M. Casadesus. (2010), "Impact Of Service Recovery Of Customer Loyalty: A Study Of E-Banking In Spain". *Review of International Comparative Management*, Vol. 12(1), pp. 49-58.
- 36.Nasri, W. (2011), "Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking In Tunisia". *International Journal of Business and Management*, Vol. 6(8), pp. 143-160.
- 37.Olasamni, O. (2010), "Computer Crimes And Counter Measures In The Nigerian Banking Sector", *Journal Of Internet Banking And Commerce*, Vol. 15 (1), pp 1-10.

- 38.Olga, L. (2033), "E-Banking In Estonia: Reasons And Benefits Of The Rapid Growth", *Faculty Of Economics And Business Administration*, Vol 23 (1), pp. 7-26.
- 39.Padachi, K., Rojid S. and B. Seetanah. (2008), "Investigating Into The Factors That Influence The Adoption Of Internet Banking In Mauritius". *Proceedings of the 2007 Computer Science and IT Education Conference*.
- 40.Polasik, M. and T.P. Wisniewski. (2009), "Empirical Analysis Of Internet Banking Adoption In Poland". *International Journal Of Bank Marketing*, Vol. 27(1), pp. 32-52.
- 41.Ramayah, T., Jantan, M., Noor, M.N. and K. Pei Ling. (2003), "Receptiveness Of Internet Banking By Malaysian Consumers: The Case Of Penang". *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 8(2), pp. 1-29.
- 42.Rodrigues, M-A. and J. Proenca. (2010), "SST And The Consumer Behavior In Portuguese Financial Services". *Working Paper*, No. 358. Research Work In Progress.
- 43.Salehi, M. and M. Alipour. (2010), "E-banking In Emerging Economy: Empirical Evidence Of Iran". *International journal of Economics and Finance*, Vol. 2(1), pp. 201-209.
- 44.Sullivan, R. and Z.Wang. (2005), "Internet Banking: An Exploration In Technology Diffusion And Impact", Federal Reserve Bank Of Kansas City, *Working Paper 05-05*.
- 45.Suoranta, M. (2003), *Adoption Of Mobile Banking In Finland*. Thesis, University of Jyväskylä.
- 46.Surcel, T. and F. Alecu. (2007), "The Procard Mobile Banking System". *Informatica Economica*, Vol. 1(41), pp 124-127
- 47.Tan, M. and S.H. Thompson. (2000), "Factors Influencing The Adoption Of Internet Banking". *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 1(5), pp. 1-42.
- 48.Tsoukatos, E. (2008), "Determinants Of Customers' Perceptions Of Electronic Services. An Analysis In The Greek Banking Industry". *International journal of Management cases*, Vol. 10(3), pp. 180-190.
- 49.Vlad, M.P. (2009), "E-banking – Modern Banking Services". *Annals Of Faculty Of Economics*, Vol. 4(1), pp. 1093-1096.
- 50.Wahab, S., Noor, N.A. and J. Ali. (2009), "Technology Trust And E-Banking Adoption: The Mediating Effect Of Customer Relationship Management Performance". *The Asian Journal of Technology Management*, Vol. 2(2), pp. 53-67.
- 51.Yuan, X., Hyung S.L. and S.Y. Kim. (2010), "Present And Future Of Internet Banking In China". *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 15(1), pp. 1-10.

Βιβλιογραφία διαδικτύου

1. <http://www.ethniki.gr/wps/portal/el/i-bank/retail/aps>
2. www.alphabank.gr
3. www.ethinibank.gr
4. www.probank.gr
5. www.hsbcbank.com
6. http://www.bankofcyprus.gr/mobile_banking.html
7. www.tt.gr
8. www.ibank.gr
9. www.bankofcyprus.com
10. <http://www.banksnews.gr/portal/useful/987-2010-08-20-12-12-06> (Ελληνική Ένωση Τραπεζών)
11. www.millenniumbank.gr
12. www.eltrun.gr
13. www.deutschebank.com

Παράρτημα

1. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την ηλικία:

Ηλικία					
		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	18-23	37	10,2	10,2	10,2
	23-28	109	30,1	30,2	40,4
	28-33	63	17,4	17,5	57,9
	33-38	37	10,2	10,2	68,1
	38-43	32	8,8	8,9	77,0
	43-48	33	9,1	9,1	86,1
	48-53	20	5,5	5,5	91,7
	53-58	8	2,2	2,2	93,9
	58-63	15	4,1	4,2	98,1
	63-68	7	1,9	1,9	100,0
	Total	361	99,7	100,0	
Missing	Σύστημα	1	,3		
Σύνολο		362	100,0		

2. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για το φύλο:

Φύλο				
		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Γυναίκα	192	53,0	53,0
	Ανδρας	170	47,0	100,0

Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό Γυναίκα	192	53,0	53,0	53,0
Ανδρας	170	47,0	47,0	100,0
Συνολο	362	100,0	100,0	

3. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για το μορφωτικό επίπεδο:

Εκπαίδευση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο Ποσοστό%	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό Αναλφάβητος/η	1	,3	,3	,3
Απόφοιτος/η δημοτικού	4	1,1	1,1	1,4
Μερικές τάξεις γυμνασίου	2	,6	,6	1,9
Απόφοιτος/η γυμνασίου	5	1,4	1,4	3,3
Απόφοιτος/η λυκείου	55	15,2	15,2	18,5
Απόφοιτος/η ιδιωτικού ΙΕΚ	23	6,4	6,4	24,9
Κάτοχος πτυχίου ΑΤΕΙ	68	18,8	18,8	43,6
Κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ	117	32,3	32,3	76,0
Κάτοχος Μεταπτυχιακού	76	21,0	21,0	97,0
Κάτοχος Διδακτορικού	11	3,0	3,0	100,0
Συνολο	362	100,0	100,0	

4. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την οικογενειακή κατάσταση:

Οικογενειακή κατάσταση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Άγαμος/η	204	56,4	56,4	56,4
	Έγγαμος/η	111	30,7	30,7	87,0
	Ελεύθερη συμβίωση	23	6,4	6,4	93,4
	Διαζευγμένος/η	18	5,0	5,0	98,3
	Χήρος/α	5	1,4	1,4	99,7
	Εν διαστάσει	1	,3	,3	100,0
	Συνολο	362	100,0	100,0	

5. Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την επαγγελματική κατάσταση:

Επαγγελματική κατάσταση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό	Εισοδηματίας	10	2,8	2,8	2,8
	Ελεύθερος επαγγελματίας	66	18,2	18,2	21,0
	Ιδιωτικός/η υπάλληλος	143	39,5	39,5	60,5
	Δημόσιος υπάλληλος	39	10,8	10,8	71,3
	Συνταξιούχος	12	3,3	3,3	74,6
	Άνεργος/η	92	25,4	25,4	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

7.Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για τη γνώση ηλεκτρονικού υπολογιστή:

Ηλεκτρονικός υπολογιστής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό ΟΧΙ	28	7,7	7,7	7,7
ΝΑΙ	334	92,3	92,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

8.Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την επιλογή των υποκαταστημάτων για τις τραπεζικές συναλλαγές:

Υποκαταστήματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό ΟΧΙ	209	57,7	57,7	57,7
ΝΑΙ	153	42,3	42,3	100,0
Συνολο	362	100,0	100,0	

9.Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την επιλογή των ΑΤΜ για τις τραπεζικές συναλλαγές:

ΑΤΜ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	175	48,3	48,3	48,3
ΝΑΙ	187	51,7	51,7	100,0
Συνολικό	362	100,0	100,0	

10.Πίνακας κατανομής συχνοτήτων για την επιλογή άλλων υπηρεσιών για τις τραπεζικές συναλλαγές:

Άλλο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	289	79,8	79,8	79,8
ΝΑΙ	73	20,2	20,2	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

11. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Εθνικής Τράπεζας για τις τραπεζικές συναλλαγές.

ΕΤΕ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	156	43,1	43,1	43,1
ΝΑΙ	206	56,9	56,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

12. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Alpha Bank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

ALPHA

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	244	67,4	67,4	67,4
ΝΑΙ	118	32,6	32,6	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

13. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Eurobank για τις τραπεζικές συναλλαγές

EUROBANK

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	238	65,7	65,7	65,7
ΝΑΙ	124	34,3	34,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

14. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Τράπεζας Πειραιώς για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Τράπεζα Πειραιώς

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	264	72,9	72,9	72,9
ΝΑΙ	98	27,1	27,1	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

15. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Attica bank για τις τραπεζικές συναλλαγές:

Τράπεζα ΑΤΤΙΚΑ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	346	95,6	95,6	95,6
ΝΑΙ	16	4,4	4,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

16. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Probank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Τράπεζα PRO

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	358	98,9	98,9	98,9
ΝΑΙ	4	1,1	1,1	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

17. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Εμπορική Bank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Εμπορική Τράπεζα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	291	80,4	80,4	80,4
ΝΑΙ	71	19,6	19,6	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

18. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Γενικής Τράπεζας για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Γενική τράπεζα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	357	98,6	98,6	98,6
ΝΑΙ	5	1,4	1,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

19. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή του Ταχυδρομικού Ταμιευτηρίου για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό ΟΧΙ	332	91,7	91,7	91,7
ΝΑΙ	30	8,3	8,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

20. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Cyprus Bank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Τράπεζα Κύπρου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό ΟΧΙ	346	95,6	95,6	95,6
ΝΑΙ	16	4,4	4,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

21. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της HSBC bank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Τράπεζα HSBC

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
ποσοστό ΟΧΙ	348	96,1	96,1	96,1
ΝΑΙ	14	3,9	3,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

22. Κατανομή συχνοτήτων για επιλογή της Millennium Bank για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Τράπεζα MILLENNIUM

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	355	98,1	98,1	98,1
ΝΑΙ	7	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

23. Κατανομή συχνοτήτων για μεταφορά χρημάτων ως την πιο συνήθης υπηρεσία:

Μεταφορά χρημάτων

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	82	22,7	22,7	22,7
ΝΑΙ	280	77,3	77,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

24. Κατανομή συχνοτήτων για πληρωμές λογαριασμών ως την πιο συνήθης υπηρεσία:

Πληρωμές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	120	33,1	33,1	33,1
ΝΑΙ	242	66,9	66,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

25. Κατανομή συχνοτήτων για Χρηματιστηριακές Συναλλαγές ως την πιο συνήθης υπηρεσία:

Συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	341	94,2	94,2	94,2
ΝΑΙ	21	5,8	5,8	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

26. Κατανομή συχνοτήτων για έκδοση εργοσήμου ως την πιο συνήθης υπηρεσία:

Έκδοση εργοσήμου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	356	98,3	98,3	98,3
ΝΑΙ	6	1,7	1,7	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

27. Κατανομή συχνοτήτων για άλλες επιλογές ως πιο συνήθης υπηρεσία:

Άλλο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	348	96,1	96,1	96,1
ΝΑΙ	14	3,9	3,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

28. Κατανομή συχνοτήτων για εξοικονόμηση χρόνου ως λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

Χρόνος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	88	24,3	24,3	24,3
ΝΑΙ	274	75,7	75,7	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

29. Κατανομή συχνοτήτων για αποφυγή των ουρών στα ταμεία ως λόγος χρήσης της υπηρεσίας:

Ουρές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	121	33,4	33,4	33,4
ΝΑΙ	241	66,6	66,6	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

30. Κατανομή συχνοτήτων για μη δέσμευση ωραρίου ως λόγος χρήσης της υπηρεσίας:

Ανοιχτό ωράριο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	147	40,6	40,6	40,6
ΝΑΙ	215	59,4	59,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

31. Κατανομή συχνοτήτων για αποφυγή εγκληματικότητας ως λόγος χρήσης της υπηρεσίας:

Εγκληματικότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	295	81,5	81,5	81,5
ΝΑΙ	67	18,5	18,5	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

32. Κατανομή συχνοτήτων για άλλες επιλογές όσον αφορά τη χρήση της υπηρεσίας:

ΆΛΛΟ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	359	99,2	99,2	99,2
ΝΑΙ	3	,8	,8	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

33. Κατανομή συχνοτήτων για πηγή πληροφόρησης το εμπορικό τραπεζικό κατάστημα:

Εμπορικά καταστήματα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	252	69,6	69,6	69,6
ΝΑΙ	110	30,4	30,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

34. Κατανομή συχνοτήτων για πηγή πληροφόρησης το φιλικό περιβάλλον:

Φίλοι

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	ΟΧΙ	225	62,2	62,2	62,2
	ΝΑΙ	137	37,8	37,8	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

35. Κατανομή συχνοτήτων για το επαγγελματικό περιβάλλον ως πηγή πληροφόρησης:

Συνάδελφοι

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	ΟΧΙ	281	77,6	77,6	77,6
	ΝΑΙ	81	22,4	22,4	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

36. Κατανομή συχνοτήτων για το διαδίκτυο ως πηγή πληροφόρησης της υπηρεσίας:

Διαδίκτυο

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	ΟΧΙ	188	51,9	51,9	51,9
	ΝΑΙ	174	48,1	48,1	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

37. Κατανομή συχνοτήτων για άλλες επιλογές ως πηγή πληροφόρησης:

Άλλο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	355	98,1	98,1	98,1
ΝΑΙ	7	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

38. Κατανομή συχνοτήτων για τη χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των υπηρεσιών:

Χρονική διάρκεια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	20	5,5	5,5	5,5
ΝΑΙ	342	94,5	94,5	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

39. Κατανομή συχνοτήτων για τη χρήση άλλων τραπεζικών υπηρεσιών από την ηλεκτρονική τραπεζική:

Χρήση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	218	60,2	60,2	60,2
ΝΑΙ	144	39,8	39,8	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

40. Κατανομή συχνοτήτων για χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής:

Τηλεφωνική τραπεζική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό OXI	78	21,5	54,5	54,5
NAI	65	18,0	45,5	100,0
Total	143	39,5	100,0	
Missing -9	219	60,5		
Σύνολο	362	100,0		

41. Κατανομή συχνοτήτων για χρήση της τηλεφωνικής τραπεζικής μέσω κινητού τηλεφώνου:

Τηλεφωνική τραπεζική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό OXI	93	25,7	65,0	65,0
NAI	50	13,8	35,0	100,0
Total	143	39,5	100,0	
Missing -9	219	60,5		
Σύνολο	362	100,0		

42. Κατανομή συχνοτήτων για χρήση της διαδικτυακής τραπεζικής:

Διαδικτυακή τραπεζική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό OXI	56	15,5	39,2	39,2
NAI	87	24,0	60,8	100,0

Total	143	39,5	100,0
Missing -9	219	60,5	
Σύνολο	362	100,0	

43. Κατανομή συχνοτήτων για χρήση ιδιωτικής τραπεζικής:

Ιδιωτική τραπεζική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	127	35,1	88,8	88,8
ΝΑΙ	16	4,4	11,2	100,0
Total	143	39,5	100,0	
Missing -9	219	60,5		
Σύνολο	362	100,0		

44. Κατανομή συχνοτήτων για του χρήστες και μη της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

Χρήστες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	182	50,3	50,3	50,3
ΝΑΙ	180	49,7	49,7	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

45. Κατανομή συχνοτήτων για την ικανοποίηση των καταναλωτών από τον τρόπο λειτουργίας της υπηρεσίας:

Λειτουργία

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Λίγο ικανοποιημένος	7	1,9	3,8	3,8
	Αρκετά ικανοποιημένος	61	16,9	33,0	36,8
	Πολύ ικανοποιημένος	73	20,2	39,5	76,2
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	44	12,2	23,8	100,0
	Total	185	51,1	100,0	
Missing	-9	177	48,9		
Σύνολο		362	100,0		

46. Κατανομή συχνοτήτων για την εμπιστοσύνη στην υπηρεσία:

Εμπιστοσύνη

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Λίγο ικανοποιημένος	13	3,6	7,1	7,1
	Αρκετά ικανοποιημένος	53	14,6	29,0	36,1
	Πολύ ικανοποιημένος	79	21,8	43,2	79,2
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	38	10,5	20,8	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

47. Κατανομή συχνοτήτων για την ικανοποίηση που δέχονται οι καταναλωτές κατά τη χρήση της υπηρεσίας:

Ικανοποίηση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Λίγο ικανοποιημένος	13	3,6	7,1	7,1
	Αρκετά ικανοποιημένος	56	15,5	30,6	37,7
	Πολύ ικανοποιημένος	83	22,9	45,4	83,1
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	31	8,6	16,9	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

48. Κατανομή συχνοτήτων για την επαρκή ενημέρωση που λαμβάνουν μέσω μηνυμάτων από την υπηρεσία:

Ενημέρωση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Καθόλου ικανοποιημένος	2	,6	1,1	1,1
	Λίγο ικανοποιημένος	26	7,2	14,2	15,3
	Αρκετά ικανοποιημένος	73	20,2	39,9	55,2
	Πολύ ικανοποιημένος	58	16,0	31,7	86,9
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	24	6,6	13,1	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

49. Κατανομή συχνοτήτων για την ασφάλεια που παρέχει η τράπεζα ως προς τα προσωπικά δεδομένα:

Ασφάλεια

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Καθόλου ικανοποιημένος	1	,3	,5	,5
	Λίγο ικανοποιημένος	24	6,6	13,0	13,5
	Αρκετά ικανοποιημένος	67	18,5	36,2	49,7
	Πολύ ικανοποιημένος	65	18,0	35,1	84,9
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	28	7,7	15,1	100,0
	Total	185	51,1	100,0	
Missing	-9	177	48,9		
Σύνολο		362	100,0		

50. Κατανομή συχνοτήτων για την προσπάθεια της τράπεζας προκειμένου να παραμένουν οι πελάτες:

Τραπεζική προσπάθεια

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Καθόλου ικανοποιημένος	9	2,5	4,9	4,9
	Λίγο ικανοποιημένος	45	12,4	24,3	29,2
	Αρκετά ικανοποιημένος	71	19,6	38,4	67,6
	Πολύ ικανοποιημένος	49	13,5	26,5	94,1
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	11	3,0	5,9	100,0
	Total	185	51,1	100,0	
Missing	-9	177	48,9		
Σύνολο		362	100,0		

51. Κατανομή συχνοτήτων για τη διευκόλυνση που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική:

Εγκατάσταση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Λίγο ικανοποιημένος	9	2,5	4,9	4,9
	Αρκετά ικανοποιημένος	34	9,4	18,6	23,5
	Πολύ ικανοποιημένος	79	21,8	43,2	66,7
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	61	16,9	33,3	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

52. Κατανομή συχνοτήτων για το αν είναι επαρκείς οι πληροφορίες που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική:

Φήμη

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Καθόλου ικανοποιημένος	2	,6	1,1	1,1
	Λίγο ικανοποιημένος	28	7,7	15,3	16,4
	Αρκετά ικανοποιημένος	85	23,5	46,4	62,8
	Πολύ ικανοποιημένος	48	13,3	26,2	89,1
	Πάρα πολύ ικανοποιημένος	20	5,5	10,9	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

53. Κατανομή συχνοτήτων για το αν είναι εύκολη η χρήση της υπηρεσίας:

Ευκολία

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	19	5,2	10,4	10,4
	NAI	164	45,3	89,6	100,0
	Total	183	50,6	100,0	
Missing	-9	179	49,4		
Σύνολο		362	100,0		

54. Κατανομή συχνοτήτων κακή εξυπηρέτηση από το προσωπικό της τράπεζας:

Κακή εξυπηρέτηση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	136	37,6	75,6	75,6
	NAI	44	12,2	24,4	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		
Σύνολο		362	100,0		

55. Κατανομή συχνοτήτων για τις ελλείψεις λειτουργικές εγκαταστάσεις:

Ελλείψεις λειτουργίες

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	119	32,9	66,1	66,1
	NAI	61	16,9	33,9	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		

Ελλείψεις λειτουργίες

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	119	32,9	66,1	66,1
	NAI	61	16,9	33,9	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		
Σύνολο		362	100,0		

56. Κατανομή συχνοτήτων για τη δυσκολία χρήσης της συγκεκριμένης πλατφόρμας:

Δυσκολία χρήσης

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	109	30,1	60,6	60,6
	NAI	71	19,6	39,4	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		
Σύνολο		362	100,0		

57. Κατανομή συχνοτήτων για την περίπτωση που κανένας δεν είναι ο λόγος αποχώρησης:

Κανένας λόγος

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	146	40,3	81,1	81,1
	NAI	34	9,4	18,9	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		

Κανένας λόγος

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	146	40,3	81,1	81,1
	NAI	34	9,4	18,9	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		
Σύνολο		362	100,0		

58. Κατανομή συχνοτήτων για την άλλη επιλογή αποχώρησης από την ηλεκτρονική τραπεζική:

Άλλο

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	OXI	161	44,5	89,4	89,4
	NAI	19	5,2	10,6	100,0
	Total	180	49,7	100,0	
Missing	-9	182	50,3		
Σύνολο		362	100,0		

59. Κατανομή συχνοτήτων για το αν το απαιτούμενο κόστος συνδρομής είναι υψηλό ή όχι:

Κόστος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό Διαφωνώ απόλυτα	63	17,4	17,4	17,4
Διαφωνώ	54	14,9	14,9	32,3
Είμαι ουδέτερος/η	193	53,3	53,3	85,6
Συμφωνώ	44	12,2	12,2	97,8
Συμφωνώ απόλυτα	8	2,2	2,2	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

60. Κατανομή συχνοτήτων για το ρίσκο για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών:

Ρίσκο

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό Διαφωνώ απόλυτα	11	3,0	3,0	3,0
Διαφωνώ	75	20,7	20,7	23,8
Είμαι ουδέτερος/η	139	38,4	38,4	62,2
Συμφωνώ	107	29,6	29,6	91,7
Συμφωνώ απόλυτα	30	8,3	8,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

61. Κατανομή συχνοτήτων για τον αν η τηλεφωνική τραπεζική διαθέτει αποτελεσματικές ενέργειες για την προώθησή της:

Προώθηση τηλεφωνικής τραπεζικής

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό Διαφωνώ απόλυτα	19	5,2	5,2	5,2
Διαφωνώ	71	19,6	19,6	24,9
Είμαι ουδέτερος/η	143	39,5	39,5	64,4
Συμφωνώ	103	28,5	28,5	92,8
Συμφωνώ απόλυτα	26	7,2	7,2	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

62. Κατανομή συχνοτήτων για τις λειτουργικές αλλαγές που απαιτούνται στην ηλεκτρονική τραπεζική:

Αλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	206	56,9	56,9	56,9
ΝΑΙ	156	43,1	43,1	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

63. Κατανομή συχνοτήτων για την πιο εύκολη ταξινόμηση στην ιστοσελίδα:

Ιστοσελίδα

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	83	22,9	53,5	53,5
ΝΑΙ	72	19,9	46,5	100,0
Total	155	42,8	100,0	

Missing	-9	207	57,2		
Σύνολο		362	100,0		

64. Κατανομή συχνοτήτων για τη δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης από το τηλέφωνο:

Τηλεφωνική εξυπηρέτηση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	101	27,9	65,2	65,2
ΝΑΙ	54	14,9	34,8	100,0
Total	155	42,8	100,0	
Missing -9	207	57,2		
Σύνολο	362	100,0		

65.Κατανομή συχνοτήτων για περισσότερες διευκρινιστικές οδηγίες από την ηλεκτρονική τραπεζική:

Οδηγίες

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	76	21,0	49,0	49,0
ΝΑΙ	79	21,8	51,0	100,0
Total	155	42,8	100,0	
Missing -9	207	57,2		
Σύνολο	362	100,0		

66.Κατανομή συχνοτήτων άλλη επιλογή που αφορά λειτουργικές αλλαγές:

ΆΛΛΟ

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	ΟΧΙ	143	39,5	92,3	92,3
	ΝΑΙ	12	3,3	7,7	100,0
	Total	155	42,8	100,0	
Missing	-9	207	57,2		
Σύνολο		362	100,0		

67. Κατανομή συχνοτήτων για τη μείωση του χρόνου αναμονής εργασιών στα τραπεζική υποκαταστήματα:

Μείωση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	20	5,5	5,5	5,5
	Διαφωνώ	65	18,0	18,0	23,5
	Είμαι ουδέτερος/η	105	29,0	29,0	52,5
	Συμφωνώ	127	35,1	35,1	87,6
	Συμφωνώ απόλυτα	45	12,4	12,4	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

68. Κατανομή συχνοτήτων για το αν η ηλεκτρονική τραπεζική γνωστοποιεί όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες που διαθέτει:

Γνωστοποίηση

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	4	1,1	1,1	1,1
	Διαφωνώ	61	16,9	16,9	18,0
	Είμαι ουδέτερος/η	172	47,5	47,5	65,5
	Συμφωνώ	111	30,7	30,7	96,1
	Συμφωνώ απόλυτα	14	3,9	3,9	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

69.Κατανομή συχνοτήτων για τη βοήθεια που προσφέρει το τμήμα εξυπηρέτησης πελατών:

Βοήθεια

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	4	1,1	1,1	1,1
	Διαφωνώ	40	11,0	11,0	12,2
	Είμαι ουδέτερος/η	152	42,0	42,0	54,1
	Συμφωνώ	134	37,0	37,0	91,2
	Συμφωνώ απόλυτα	32	8,8	8,8	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

70. Κατανομή συχνοτήτων για τις πληροφορίες που δίνουν οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης των εμπορικών τραπεζών:

Συγκεκριμένες λεπτομέρειες

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	3	,8	,8	,8
	Διαφωνώ	44	12,2	12,2	13,0
	Είμαι ουδέτερος/η	193	53,3	53,3	66,3
	Συμφωνώ	110	30,4	30,4	96,7
	Συμφωνώ απόλυτα	12	3,3	3,3	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

71. Κατανομή συχνοτήτων για τη μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους σχετικά με τη πρόσβαση στα υποκαταστήματα:

Χαμηλό προϋπολογισμό

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	4	1,1	1,1	1,1
	Διαφωνώ	24	6,6	6,6	7,7
	Είμαι ουδέτερος/η	131	36,2	36,2	43,9
	Συμφωνώ	156	43,1	43,1	87,0
	Συμφωνώ απόλυτα	47	13,0	13,0	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

72. Κατανομή συχνοτήτων για την ασφάλεια που παρέχει η πραγματοποίηση των υπηρεσιών με βάση την εγκληματικότητα που υπάρχει σε ομάδες ατόμων τρίτης ηλικίας:

Ασφάλεια

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	Διαφωνώ απόλυτα	9	2,5	2,5	2,5
	Διαφωνώ	24	6,6	6,6	9,1
	Είμαι ουδέτερος/η	108	29,8	29,8	39,0
	Συμφωνώ	149	41,2	41,2	80,1
	Συμφωνώ απόλυτα	72	19,9	19,9	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

73. Κατανομή συχνοτήτων για το αν ο φόβος για υποκλοπή προσωπικών στοιχείων θα ήταν λόγος για χρήση της υπηρεσίας:

Φόβος

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	ΟΧΙ	165	45,6	45,6	45,6
	ΝΑΙ	197	54,4	54,4	100,0
	Σύνολο	362	100,0	100,0	

74. Κατανομή συχνοτήτων για το αν η δυσκολία εκμάθησης στον τομέα της πληροφορικής θα ήταν λόγος για χρήση της υπηρεσίας:

Πληροφορική

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	309	85,4	85,4	85,4
ΝΑΙ	53	14,6	14,6	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

75. Κατανομή συχνοτήτων για το αν είναι προτιμότερη η προσωπική επαφή για λόγους χρήσης της υπηρεσίας:

Επαφές

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	287	79,3	79,3	79,3
ΝΑΙ	75	20,7	20,7	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

76. Κατανομή συχνοτήτων για το ότι δεν υπάρχει συγκεκριμένος λόγος για χρήση της υπηρεσίας:

Κανένας λόγος

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	270	74,6	74,6	74,6
ΝΑΙ	92	25,4	25,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

77. Κατανομή συχνοτήτων για άλλο λόγο χρήσης της υπηρεσίας:

ΆΛΛΟ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	350	96,7	96,7	96,7
ΝΑΙ	12	3,3	3,3	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

78. Κατανομή συχνοτήτων το αν η αύξηση της εγκληματικότητας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας:

Βία

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	116	32,0	32,0	32,0
ΝΑΙ	246	68,0	68,0	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

79. Κατανομή συχνοτήτων για το αν η καλύτερη εκπαίδευση από το προσωπικό της τράπεζας θα ήταν λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας:

Καλύτερη εκπαίδευση

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	199	55,0	55,0	55,0
ΝΑΙ	163	45,0	45,0	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

80. Κατανομή συχνοτήτων για το αν τα δωρεάν σεμινάρια από ειδικευμένο προσωπικό θα έφερναν τους καταναλωτές πιο κοντά στην υπηρεσία:

Σεμινάρια

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	247	68,2	68,2	68,2
ΝΑΙ	115	31,8	31,8	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

81. Κατανομή συχνοτήτων για το αν η δωρεάν παροχή διαδικτύου θα έφερνε τους καταναλωτές πιο κοντά στην υπηρεσία:

Παροχή διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	194	53,6	53,6	53,6
ΝΑΙ	168	46,4	46,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

82. Κατανομή συχνοτήτων για άλλη επιλογή που θα έφερνε τους καταναλωτές πιο κοντά στην υπηρεσία:

ΆΛΛΟ

	Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό ΟΧΙ	339	93,6	93,6	93,6
ΝΑΙ	23	6,4	6,4	100,0
Σύνολο	362	100,0	100,0	

83. Κατανομή συχνοτήτων για τους μήνες χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής:

Ηλικία

		Συχνότητα	Ποσοστό %	Αξιόπιστο ποσοστό %	Αθροιστική συχνότητα
Ποσοστό	0-24	98	27,1	55,1	55,1
	24-48	55	15,2	30,9	86,0
	48-72	11	3,0	6,2	92,1
	72-96	5	1,4	2,8	94,9
	96-120	4	1,1	2,2	97,2
	120-144	1	,3	,6	97,8
	144-168	2	,6	1,1	98,9
	168-192	1	,3	,6	99,4
	336-360	1	,3	,6	100,0
	Total	178	49,2	100,0	
Missing	System	184	50,8		
Σύνολο		362	100,0		

Πίνακας 1: «Πληρωμές μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής από Alpha Bank»

<u>Σε</u> <u>προσωπικές</u> <u>πιστωτικές</u> <u>κάρτες</u>	<u>Σε προσωπικές</u> <u>πιστωτικές</u> <u>κάρτες</u> <u>εκδόσεως</u> <u>άλλων</u> <u>τραπεζών</u> <u>εσωτερικού</u>	<u>Στο Δημόσιο και σε</u> <u>λογαριασμούς κοινής</u> <u>ωφέλειας</u>	<u>Σε</u> <u>λογαριασμούς</u> <u>σταθερής και</u> <u>κινητής</u> <u>τηλεφωνίας</u>	<u>Σε</u> <u>ασφαλιστικές</u> <u>εταιρίες</u>	<u>Σε λοιπές</u> <u>εταιρίες</u>
(Alpha Bank Visa, American Express, Alpha Bank MasterCard κ.λπ.) εκδόσεως Alpha Bank δικής του ή τρίτων.	Αγροτική Τράπεζα, Γενική Τράπεζα, Marfin Εγνατία Τράπεζα, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Ελληνική Τράπεζα, Εμπορική Τράπεζα, Πανελλήνια Τράπεζα, Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων, Τράπεζα Αττικής, Τράπεζα Κύπρου, Τράπεζα Πειραιώς, Citibank, EFG Eurobank Ergasias, FBB - First Business Bank, HSBC Bank, Protonbank, Probank	Δ.Ε.Η, Δ.Ε.Υ.Α. ΕΝΙΑΙΟ ΤΕΛΟΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ, Ε.ΥΔ.ΑΠ., Ι.Κ.Α. – Εργοδοτικές εισφορές, ΚΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ, Ο.Α.Ε.Ε. (Τ.Ε.Β.Ε. – Τ.Α.Ε – Τ.Σ.Α.), Τ.Σ.Α.Υ., Φόρος εισοδήματος, Φ.Π.Α.	Ο.Τ.Ε., COSMOLIN Ε, COSMOTE, CYTA HELLAS, FORTHNET, Hellas Online - HOL, NET ONE, ON TELECOMS, OTENET, TELLAS, VIVA Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες, Τηλεπικοινωνίες Α.Ε., VODAFONE.	AXA ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ Α.Ε., ALICO AIG ΖΩΗΣ, ALLIANZ Α.Ε.Γ.Α., ALLIANZ ΖΩΗΣ, DEMCO INSURANCE, GENERALI LIFE, GENERALI HELLAS, ING Ε.Α.Ε.Γ.Α, ING ΖΩΗΣ, ING Πρακτόρευσης, INTERAMERICA N ΖΗΜΙΩΝ, INTERAMERICA N ΖΩΗΣ, INTERAMERICA N ΥΓΕΙΑΣ, INTERASCO Α.Ε.Γ.Α., INTERNATIONAL LIFE Α.Ε.Γ.Α.,.	ΑΡΓΟΣ NET, ΑΤΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ Α.Ε., , ΕΛΑΣΤΙΚΑ ΜΙΣΕΛΕΝ, ΕΠΑ ΑΤΤΙΚΗΣ Α.Ε., ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ, ΕΠΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ, CASS, Ι.Α.Τ.Α. BSP, ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ, ΠΑ.ΣΟ.Κ., ΠΛΑΙΣΙΟ COMPUTERS Α.Ε.Β.Ε., ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ, ACS COURIER, AVON, BMW AUSTRIA BANK, BRINK'S SECURITY SERVICES Α.Ε., DAIMLER CHRYSLER BANK, DINERS, FGA CAPITAL HELLAS, EMPORIKI

Πηγή: www.alphabank.gr

Πίνακας 2: «Λειτουργίες ηλεκτρονικής τραπεζικής από HSBC BANK»

	Internet Banking
ΠΕΛΑΤΗ	
Γενικές πληροφορίες στοιχείων πελάτη	✓
Γενικές πληροφορίες διευθύνσεων	✓
Υπηρεσία Global View ¹	✓
ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	
Ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμών και προθεσμιακών καταθέσεων	✓
Αναλυτική πληροφόρηση λογαριασμών καταθέσεων	✓
Αναλυτική πληροφόρηση λογαριασμών προθεσμιακής κατάθεσης	✓
Πληροφορίες για κινήσεις λογαριασμών καταθέσεων	✓
Πληροφορίες για κινήσεις προθεσμιακών καταθέσεων	✓
Ενημέρωση επιτοκίων λογαριασμών	✓
Ενημέρωση επιτοκίων προθεσμιακών καταθέσεων	✓
Πληροφορίες για μεταφορές σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου	✓
ΔΑΝΕΙΑ	
Ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμών δανείου	✓
Αναλυτική πληροφόρηση δανείου	✓
Ενημέρωση αποπληρωμής επόμενης δόσης δανείου	✓
Πληροφορίες για κινήσεις δανείου	✓
Ενημέρωση επιτοκίων λογαριασμών δανείου	✓

ΚΑΡΤΕΣ	
Ενημέρωση υπολοίπου πιστωτικών καρτών	✓
Αναλυτική πληροφόρηση πιστωτικών καρτών	✓
Πληροφορίες για κινήσεις πιστωτικών καρτών (τελευταίου λογαριασμού, επόμενου λογαριασμού)	✓
Λήψη και εκτύπωση ηλεκτρονικής έκδοσης λογαριασμού πιστωτικής κάρτας (υπηρεσία e-Statements)	✓
Ενημέρωση επιτοκίων πιστωτικών καρτών	✓
ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	
Ενημέρωση υπολοίπου επενδυτικών λογαριασμών	✓
Ενημέρωση τιμών αμοιβαίων κεφαλαίων	✓
ΆΛΛΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	
Λήψη και εκτύπωση ηλεκτρονικής κατάστασης κινήσεων λογαριασμών (υπηρεσία e-Statements)	✓
Λήψη και εκτύπωση ενημέρωσης συναλλαγών (υπηρεσία e-Advice)	✓
Ενημέρωση για ισοτιμίες ξένου συναλλάγματος	✓
Πληροφορίες για την χρήση και τις δυνατότητες εξυπηρέτησης μέσω των υπηρεσιών και Internet Banking	✓
Πληροφορίες για πάγιες εντολές	✓
Πληροφορίες για πάγιες εντολές Global Transfers	

	Internet Banking
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	
Μεταξύ συνδεδεμένων λογαριασμών του ιδίου	✓ ¹

Σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου	✓ ¹
Σε μη προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου	✓ ¹
Σε λογαριασμό άλλης τράπεζας εσωτερικού σε Ευρώ	✓ ¹
Σε πιστωτική κάρτα άλλης τράπεζας εσωτερικού σε Ευρώ	✓
Σε λογαριασμό άλλης τράπεζας εσωτερικού σε Ξένο νόμισμα	✓ ¹
Σε Λογαριασμού άλλης τράπεζας εξωτερικού	✓ ¹
Για Έκδοση Τραπεζικής επιταγής σε Ευρώ	✓
Για Έκδοση Τραπεζικής επιταγής σε Ξένο νόμισμα	✓
Για Αποπληρωμή δόσεων δανείου	✓ ²
Για Αποπληρωμή μερική ή ολική εξόφληση δανείου	✓ ²
Υπηρεσία Global Transfers ³	✓
ΠΛΗΡΩΜΕΣ	
Πληρωμή εταιρικών λογαριασμών ομίλου HSBC	✓ ¹
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας της HSBC	✓ ¹
Πληρωμή ασφαλιστικών συμβολαίων	✓ ¹
Πληρωμή ασφαλιστικών ταμείων	✓ ¹
Πληρωμή λογαριασμών τηλεφωνίας - internet	✓ ¹
Πληρωμή λογαριασμών ΔΕΚΟ	✓ ¹
Πληρωμή λογαριασμών λοιπών εταιριών	✓ ¹
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	
Άνοιγμα νέου λογαριασμού καταθέσεων	✓
Άνοιγμα νέας ή ανανέωση προθεσμιακής κατάθεσης	✓
Αλλαγή οδηγιών προθεσμιακής κατάθεσης στη λήξη	✓
ΆΛΛΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	

Δημιουργία και αποθήκευση μελλοντικών / επαναλαμβανόμενων μεταφορών - πληρωμών	✓
Διαχείριση μελλοντικών / επαναλαμβανόμενων μεταφορών - πληρωμών	✓
Διαχείριση μελλοντικών / επαναλαμβανόμενων μεταφορών Global Transfers ³	✓

	Internet Banking
ΠΕΛΑΤΗ	
Εγγραφή και άμεση χρήση στην υπηρεσία Internet Banking απο την ιστοσελίδα της Τράπεζας HSBC	✓
Αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας (αριθμού fax/τηλεφώνου/e-mail)	✓
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ	
Αίτηση ηλεκτρονικής κατάστασης λογαριασμού / ενημέρωσης συναλλαγών (υπηρεσία e-Statements / e-Advice)	✓
Εντολή για νέα πληρωμή καθώς και για μεταβολή ή διαγραφή αυτής	✓
Εντολή για νέα μεταφορά σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου καθώς και για μεταβολή ή διαγραφή αυτής	✓
Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών	✓
Δήλωση απώλειας ή κλοπής επιταγής και βιβλιαρίου επιταγών	✓ ¹
Ανάθεση/μεταβολή/ανάκληση πάγιας εντολής λογαριασμού	✓
Αίτηση για νέα σύνδεση/διαγραφή λογαριασμών στις υπηρεσίες Phone Banking και Internet Banking	✓
Αλλαγή ονόματος συνδεδεμένων λογαριασμών σε επιλογή πελάτη	✓
ΚΑΡΤΩΝ	
Δήλωση/Πληροφορίες για απώλειας ή κλοπής καρτών	✓

Αίτηση προσωρινής αύξησης ορίου πιστωτικής κάρτας	✓
Αίτηση πάγιας πληρωμής πιστωτικής κάρτας	✓
Αίτηση ηλεκτρονικής έκδοσης λογαριασμού πιστωτικής κάρτας (υπηρεσία e-Statements)	✓
Αίτηση μεταφοράς υπολοίπου πιστωτικών καρτών	✓
ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ	
Αλλαγή ημερήσιων ορίων τραπεζικών συναλλαγών Internet Banking	✓
Αίτηση επανέκδοσης προσωπικού αριθμού αναγνώρισης (PIN) καρτών και υπηρεσίας Phone Banking	✓
Επιλογή ονόματος χρήστη (username) υπηρεσίας Internet banking	✓
Αλλαγή Μυστικής ερώτησης και απάντησης υπηρεσίας Internet Banking	✓
Αίτηση επανάκτησης Μυστικής ερώτησης και απάντησης υπηρεσίας Internet Banking	✓
Αίτημα αλλαγής ερώτησης και απάντησης ασφαλείας υπηρεσίας Internet Banking	✓
Απόκτηση συσκευής πρόσθετου κωδικού ασφαλείας (token)	✓
	Internet Banking
ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΟΥ	
Αποστολή αντίγραφου τελευταίων κινήσεων λογαριασμού τρέχοντος μήνα	✓
Αποστολή αντιγράφου κινήσεων λογαριασμού παλαιότερων μηνών	✓
ΕΡΓΑΛΕΙΑ	
Λήψη και αποθήκευση κινήσεων λογαριασμών σε quicken/money/excel	✓

Υπολογιστική μηχανή ισοτιμίας ξένου συναλλάγματος	✓
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΙΔΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΙΝΗΣΕΩΝ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ	
Καταχώρηση μίας νέας ειδοποίησης	✓
Αλλαγή στοιχείων ειδοποίησης	✓
Αλλαγή στοιχείων τρόπου παράδοσης ειδοποίησης	✓
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΕΛΑΤΗ	
Επιλογή γλώσσας Εξυπηρέτησης / πλοήγησης	✓
Επικοινωνία μέσω κρυπτογραφημένων ασφαλών μηνυμάτων με το κέντρο υποστήριξης πελάτη	✓
Υπηρεσία διερεύνησης και επίλυσης προβλημάτων συναλλαγών	✓
Γενικές πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της τράπεζας	✓
Ενημέρωση προτεινόμενων προϊόντων	✓
Ενημέρωση για τα επείγοντα τηλέφωνα επικοινωνίας και διευθύνσεων των υποκαταστημάτων HSBC	✓
Αποστολή ενημερωτικών φυλλαδίων προϊόντων της HSBC	✓
Εξυπηρέτηση απο εκπρόσωπο της υπηρεσίας	✓

Πηγή: www.hsbcbank.com

Πίνακας 3: «Λειτουργίες τηλεφωνικής τραπεζικής από Hsbc bank»

	Εκπρόσωπος	Αυτόματη Εξυπηρέτηση
Μεταφορά μεταξύ συνδεδεμένων λογαριασμών	✓	✓
Μεταφορά ή πληρωμή σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου	✓	✓

Μεταφορά ή πληρωμή σε μη προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου	✓	✓
Άνοιγμα νέου λογ/σμού καταθέσεων	✓	
Άνοιγμα νέας ή ανανέωση προθεσμιακής κατάθεσης	1	1
Αλλαγή οδηγιών προθεσμιακής κατάθεσης στη λήξη	✓	✓
Πληρωμή εταιρικών λογαριασμών ομίλου HSBC	✓	✓
Πληρωμή δόσεων δανείου	2	
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας	✓	✓
Αίτηση έκδοσης τραπεζικής επιταγής	✓	
Αποστολή εμβασμάτων εσωτερικού και εξωτερικού	3	
Αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές	✓	

Πηγή: www.hsbcbank.gr

1. Μετά τις 17:00, τις εργάσιμες ημέρες και τις αργίες η υπηρεσία παρέχεται για ποσά μέχρι €100.000.
2. Για δόσεις μέχρι 60 ημερών καθυστέρηση.
3. Για ποσά μέχρι €12.500 ημερησίως.

	Εκπρόσωπος	Αυτόματη Εξυπηρέτηση
Αλλαγές στον τρόπο επικοινωνίας (αριθμού FAX/τηλεφώνου)	✓	4
Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών	✓	✓
Δήλωση απώλειας ή κλοπής επιταγής και βιβλιαρίου επιταγών	✓	

Έντολή για νέα πληρωμή ή μεταφορά σε προδηλωμένο λογαριασμό τρίτου, καθώς και για μεταβολή ή διαγραφή αυτής	✓	
Ανάθεση / Μεταβολή / Ανάκληση πάγιας εντολής λογ/σμού	✓	
Αίτηση για νέα σύνδεση / διαγραφή λογαριασμών στην υπηρεσία Phone Banking	✓	
Δήλωση απώλειας ή κλοπής καρτών	✓	
Αίτηση για την ακύρωση καρτών	✓	
Ενεργοποίηση καρτών	✓	
Αλλαγή ημερησίου ορίου καρτών	✓	
Αίτηση για μεταβολή συνδεδεμένων λογ/σμών στις κάρτες	✓	
Αίτηση μεταβολής λογαριασμού και οδηγιών αυτόματης εξόφλησης πιστωτικής κάρτας	✓	
Αίτηση επανέκδοσης καρτών	✓	
Αίτηση επανέκδοσης PIN καρτών και της υπηρεσίας Phone Banking	✓	
Αλλαγή προσωπικού αριθμού αναγνώρισης (PIN) της υπηρεσίας Phone Banking	✓	✓
	Εκπρόσωπος	Αυτόματη Εξυπηρέτηση
Γενικές πληροφορίες για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Τράπεζας	✓	✓
Ενημέρωση για τα επείγοντα τηλέφωνα επικοινωνίας και διευθύνσεων των υποκαταστημάτων HSBC	✓	✓

Τροποποίηση εντολής πελάτη μετά την διεκπεραίωση της αρχικής του οδηγίας	✓	
Εξυπηρέτηση από εκπρόσωπο της υπηρεσίας	✓	✓

Πηγή: www.hsbcbank.gr

1. Μέσω της υπηρεσίας "Phone Banking από την HSBC" εκτελούνται εντολές μέχρι 12.500 Ευρώ (ημερήσιο όριο)
2. Μέσω της υπηρεσίας "Internet Banking από την HSBC" εκτελούνται εντολές μέχρι 20.000 Ευρώ (ημερήσιο όριο)
3. Τα όρια των σχετικών συναλλαγών αναφέρονται στο Internet Banking. Αν ο λογαριασμός χρέωσης είναι σε νόμισμα διαφορετικό του Ευρώ, ο Advance πελάτης χρεώνεται με το ισόποσο.

Πίνακας 4: «Συναλλαγές τηλεφωνικής τραπεζικής»

Συναλλαγές	Εκπρόσωπος	IVR
Υπηρεσίες Λογαριασμών		
Ενημέρωση για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις λογαριασμών, πιστωτικών καρτών και δανείων	✓	✓
Αναλυτική παρουσίαση και κινήσεις λογαριασμών, δανείων και πιστωτικών καρτών	✓	✓
Αίτηση για έκδοση μπλοκ επιταγών	✓	
Ανάκληση επιταγής	✓	
Αίτηση ορίου υπερανάληψης	✓	
Ανάθεση και ανάκληση πάγιων εντολών λογαριασμών ΔΕΚΟ	✓	
Μεταφορές / Πληρωμές		
On line /real time μεταφορές μεταξύ	✓	✓

Συναλλαγές	Εκπρόσωπος	IVR
λογαριασμών του ίδιου δικαιούχου		
On line /real time μεταφορές σε τρίτους εντός Millennium bank	√	
Μεταφορά κεφαλαίων σε άλλες τράπεζες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό (έμβασμα εσωτερικού/εξωτερικού)	√	
Μεταφορές μεταξύ ξένων νομισμάτων	√	
Πληρωμή πιστωτικής κάρτας Millennium bank/Interamerican ή άλλης τράπεζας	√	
Πάγιες εντολές πληρωμής ΔΕΗ/ΕΥΔΑΠ/ΟΤΕ	√	
Πληρωμή Κτηματολογίου	√	
Πληρωμή ΔΕΗ, ΙΚΑ, ΦΠΑ, ΟΑΕΕ, ΟΤΕ, ΦΜΥ	√	
Εισφορές-Τέλος Επιτηδεύματος	√	
Πληρωμή Ενιαίου Τέλους Ακινήτων (Ε.Τ.ΑΚ.)	√	
Πληρωμή Φόρου Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων	√	
Πληρωμή Έκτακτης Οικονομικής Εισφοράς Φυσικών Προσώπων (ΕΟΕΦΠ)	√	
Πληρωμή Περαιώσης	√	
Πληρωμές Τηλεπικοινωνιών (ΟΤΕ, ΟΤΕ Μεγάλων Πελατών)	√	
Πληρωμές Ασφαλιστικών Εταιρειών	√	
Ανανέωση E-Pass / Teo Pass	√	
Πληρωμές ΔΙΑΣ	√	
Υπηρεσίες Πελάτη		

Συναλλαγές	Εκπρόσωπος	IVR
Αλλαγή κωδικού τηλεφωνικής εξυπηρέτησης		√
Ενεργοποίηση πρόσβασης στο e-banking	√	
Διαχείριση Κωδικού Εγχρήματων Συναλλαγών	√	
Μεταβολή διεύθυνσης e-mail	√	
Αίτηση αλλαγής τρόπου πληρωμής πιστωτικής κάρτας (όλο το ποσό / ελάχιστη καταβολή)	√	
Αίτηση αλλαγής ορίου πιστωτικής κάρτας και λογαριασμού εξόφλησης	√	
Επιλογή ηλεκτρονικού Statement με δυνατότητα ανάκλησης	√	
Ακύρωση πιστωτικής ή/και χρεωστικής κάρτας λόγω απώλειας ή κλοπής	√	
Αίτηση επανέκδοσης Pin πιστωτικής ή/και χρεωστικής κάρτας	√	
Παραγγελία δώρων από κατάλογο Bonus Club	√	
Επενδυτικές Υπηρεσίες		
Πλήρη αποτίμηση χαρτοφυλακίου	√	√
Αγορά/πώληση μετοχών και ακύρωση εντολών	√	
Ενημέρωση για τις On line τιμές μετοχών και τις τιμές κλεισίματος	√	
Συμμετοχή σε Δημόσιες Εγγραφές και ακύρωση	√	
Άλλες Υπηρεσίες		

Συναλλαγές	Εκπρόσωπος	IVR
Αποστολή αντίγραφου κινήσεων λογαριασμών (statement) μέσω e-mail ή fax	✓	
Ενημέρωση για προϊόντα/υπηρεσίες/τιμολογιακή πολιτική/προμήθειες/τιμές συναλλάγματος της Τράπεζας	✓	✓
Επιλογή Αγγλικής γλώσσας	✓	

Πηγή: www.millenniumbank.gr

Πίνακας 5: «Τράπεζες εσωτερικού για τις οποίες είναι διαθέσιμη η υπηρεσία»

Τράπεζες εσωτερικού για τις οποίες είναι διαθέσιμη η υπηρεσία	
Αγροτική Τράπεζα – Atebank, Γενική Τράπεζα, Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, Ελληνική Τράπεζα, Εμπορική Τράπεζα, Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα, Πανελλήνια Τράπεζα, Συνεταιριστική Τράπεζα Δωδεκανήσου, Συνεταιριστική Τράπεζα Ηπείρου, Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας	Συνεταιριστική Τράπεζα Πελοποννήσου, Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων, Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο, Τράπεζα Αττικής, Τράπεζα Κύπρου, Τράπεζα Πειραιώς, Bank Of America, Citibank, EFG Eurobank Ergasias, HSBC Bank, Marfin Εγνατία Τράπεζα, Millennium Bank, Probank, Protonbank, RBS - Royal Bank of Scotland N.V., Unicredit Bank AG.

Πηγή: www.alphabank.gr

Πίνακας 6: «Οι δυνατότητες που έχει ο χρήστης-πελάτης από το κινητό του τηλέφωνο»

Οι δυνατότητες που έχει ο χρήστης-πελάτης από το κινητό του τηλέφωνο	
❖	Να παρακολουθεί τα υπόλοιπα, τις τελευταίες κινήσεις και την κατάσταση των επιταγών των τραπεζικών του λογαριασμών,
❖	Να πληροφορηθεί για την τρέχουσα οφειλή, το διαθέσιμο υπόλοιπο αγορών και τις τελευταίες κινήσεις μετά την έκδοση του τελευταίου εκκαθαριστικού των πιστωτικών σας καρτών.
❖	Να πληροφορηθεί για την οφειλή, το διαθέσιμο υπόλοιπο και τις τελευταίες κινήσεις μετά την έκδοση του τελευταίου εκκαθαριστικού του δανείου "Alpha Επιλογή" και "Alpha 700".
❖	Να ενημερωθεί για τα υπόλοιπα, τις τελευταίες κινήσεις και την κατάσταση των επιταγών των στεγαστικών / λοιπών δανείων.
❖	Να μεταφέρει χρήματα μεταξύ λογαριασμών που είναι προδηλωμένοι στο προφίλ της συνδρομής.
❖	Να πληρώσει τις οφειλές σε πιστωτικές κάρτες εκδόσεως Alpha Bank ή σε δάνεια "Alpha Επιλογή" και "Alpha 700".
❖	Να πραγματοποιήσει πληρωμές προς: - Δημόσιο - Ταμεία , Εταιρίες Τηλεφωνίας και Internet , Ασφαλιστικές Εταιρίες, Εταιρίες Ενέργειας , Εταιρίες Φυσικού Αερίου, Λοιπές εταιρίες
❖	μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμούς Τράπεζας: - πληρωμή ΔΕΗ, ΟΤΕ, Cosmote, Vodafone, Wind και ΕΥΔΑΠ ⁽¹⁾ , λειτουργία BarCode Scanning και OCR σε συναλλαγές πληρωμών ⁽²⁾ , πληρωμή πιστωτικής κάρτας Εθνικής Τράπεζας, στοιχεία ατομικού χαρτοφυλακίου μετοχών ⁽³⁾ , αγορά και πώληση μετοχών στα Χρηματιστήρια Αξιών Αθηνών και Κύπρου, τύχη εντολής αγοράς και πώλησης, παρακολούθηση Χρηματιστηριακών Αγορών Ελλάδας και Κύπρου, ειδοποιήσεις τιμών μετοχών μέσω της υπηρεσίας push notifications της Apple, για συσκευές iPhone TM και iPod touch [®] , εντοπισμός των 10 πλησιέστερων Καταστημάτων ή ATM της Εθνικής Τράπεζας, δυνατότητα τηλεφωνικής κλήσης και αποστολής e-mail στο Κέντρο Τηλεφωνικής

Εξυπηρέτησης της Εθνικής Τράπεζας

Πηγή: www.ethniki.gr

- (1) Η πληρωμή ΕΥΔΑΠ παρέχεται για συσκευές iPhone™, iPod touch®, Android™ και Windows Phone.
- (2) Η λειτουργία BarCode Scanning και OCR σε συναλλαγές πληρωμών είναι διαθέσιμη για συσκευές iPhone™, iPod touch®
- (3) Η υπηρεσία «Επενδύσεις» και «Παρακολούθηση Χρηματιστηριακών Αγορών» δεν είναι προσωρινά διαθέσιμη σε κινητά με λειτουργικό σύστημα Windows Phone και Android™
- (4) Η υπηρεσία εντοπισμού ATM / Καταστήματος λειτουργεί μόνο με τη βοήθεια του ενσωματωμένου στη συσκευή GPS και δεν είναι διαθέσιμη σε κινητά με λειτουργικό σύστημα Windows Mobile®

Πίνακας 7: «Πληθυσμιακή έρευνα από την Alpha bank»

<u>Ηλικία</u>	<u>Πλήθος εγγεγραμμένων</u>	<u>Ανδρας</u>	<u>Γυναίκα</u>	<u>Πλήθος ενεργών ιδιωτών</u>	<u>Πλήθος συναλλαγών για το 1ο εξάμηνο από 1/1-30/6 2012</u>	<u>Συναλλαγές</u>
<18	122	88	34	28	1.562	175
18-20 ετών	963	543	420	135	7.205	307
21-30 ετών	43.305	25.031	18.271	11.666	1.386.997	109.554
31-40 ετών	121.234	74.942	46.279	43.953	7.376.491	772.538
41-50 ετών	96.972	63.959	33.001	37.255	7.507.059	949.601
51-60 ετών	52.509	35.034	17.463	20.077	4.514.240	602.070
61-70 ετών	22.891	16.476	6.505	8.560	1.755.332	204.173
>70	8.526	6.354	2.172	2.381	394.129	40.856

Πηγή: www.alphabank.gr

Πίνακας 8: «Συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής από την Τράπεζα Πειραιώς»

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΠΙΣΤΩΤΙΚΕΣ	ΧΡΕΩΣΤΙΚΕΣ	ΕΠΙΤΑΓΕΣ	ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΧΡΗΜΑΤΩΝ
Υπόλοιπο - Κινήσεις	Υπόλοιπο - Κινήσεις	Μεταβολή Ημερησίου Ορίου Χρήσης	Πληροφόρηση για Επιταγές που έχω εκδώσει	Μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών μου στην Τράπεζα Πειραιώς
Διαχείριση Alerts για λογαριασμούς	Διαχείριση Alerts	Σύνδεση/Αποσύνδεση Λογαριασμού	Αίτηση Ανάκλησης/Ακύρωση Επιταγής	Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό τρίτου στην Τράπεζα Πειραιώς
Πληροφορίες - Στοιχεία Λογαριασμού	Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας Τράπεζας Πειραιώς	Αναλυτικά Στοιχεία Χρεωστικής	Αίτηση Έκδοσης νέου Καρνέ	Μεταφορά χρημάτων σε λογαριασμό άλλης Τράπεζας (Εμβασμα)
Άνοιγμα νέου λογαριασμού	Πληρωμή Πιστωτικής Κάρτας Άλλης Ελληνικής Τράπεζας	Αίτηση Αλλαγής Κάρτας Λόγω Φθοράς	Ιστορικό Αρχείο Επιταγών (Συνολική απεικόνιση)	Ιστορικό Συναλλαγών
ΠΡΟΘΕΣΜΙΑΚΕΣ	Ανάθεση/Διαχείριση/Ακύρωση Πάγιας Εντολής Πληρωμής ΟΧΙ	Αλλαγή PIN ή Επανέκδοση PIN ΟΧΙ	ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ	ΠΛΗΡΩΜΕΣ
Πληροφορίες - Στοιχεία Προθεσμιακής	Μεταφορά υπολοίπου	ΔΑΝΕΙΑ	Ενημέρωση για την αποτίμηση του χαρτοφυλακίου μου	ΔΕΚΟ, Δημ. Υπηρεσίες, τηλεπικοινωνίες
Αίτηση Νέας Προθεσμιακής	Έκδοση Νέας Κάρτας Τράπεζας Πειραιώς	Αναλυτικά Στοιχεία Δανείου	Διαχείριση Alerts(εκτέλεσης αγοραπωλησίας μετοχών, καθημερινή αποτίμηση χαρτοφυλακίου	Ιστορικό Πληρωμών
Διαχείριση Προθεσμιακής ΟΧΙ	Αλλαγή PIN ή Επανέκδοση PIN	Πληρωμή Δόσης Δανείου	Αγορά/Πώληση Μετοχών	ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
	Ηλεκτρονικό Αρχείο Μηνιαίων Λογαριασμών (e-statements)	Ανάθεση/Διαχείριση/Ακύρωση Πάγιας Εντολής Πληρωμής	Αίτηση συμμετοχής σε δημόσιες εγγραφές	Ανανέωση αερόχρονου για καρτοκινητή
				Έκδοση εργοσήμου

Πηγή: Τράπεζα Πειραιώς (www.winbank.gr)

1) Συνέντευξη από εκπρόσωπο ηλεκτρονικής τραπεζικής της «Alpha Bank».

1. Ποιος είναι για εσάς ο πραγματικός σκοπός χρήσης της υπηρεσίας Internet/Mobile/Phone Banking?

Η επίτευξη των στόχων των Καταστημάτων μπορεί να επιτευχθεί καλύτερα όταν υπάρχουν, εκτός της απαραίτητης γνώσης, και οι κατάλληλες συνθήκες χώρου και χρόνου. Οι συνθήκες αυτές μπορούν να επιτευχθούν με τη βοήθεια των εναλλακτικών δικτύων, καθώς θα μειώσουν σημαντικά τις καθημερινές συναλλαγές στα γκισέ των Καταστημάτων. Αποδεικνύεται μάλιστα καθημερινά ότι η χρήση των εναλλακτικών δικτύων μειώνει το φόρτο εργασίας ταμειακών συναλλαγών στο Δίκτυο των Καταστημάτων, συμβάλλει στην αύξηση του μέσου υπολοίπου των καταθετικών λογαριασμών των πελατών, μειώνοντας το διαχειριστικό και το χρηματο-οικονομικό κόστος τους αλλά και το λειτουργικό κίνδυνο τόσο των ιδίων όσο και της Τραπεζής. Επιπροσθέτως, η ικανοποίηση των πελατών μας από τη χρήση των Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών παίζει ουσιαστικό ρόλο στη διατήρηση, και συχνά την αποκλειστικότητα, της σχέσεως των πελατών με την Τράπεζα, με προφανή πολλαπλά οφέλη και για τα δύο μέρη. Ως ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ορίζουμε τις μεθόδους διενέργειας τραπεζικών συναλλαγών ή εργασιών εξ αποστάσεως μέσω τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Η Τράπεζα, στον μακροχρόνιο στρατηγικό σχεδιασμό της, έχει θέσει ως στόχο τη διαρκή αύξηση του ποσοστού των συναλλαγών μέσω ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε σχέση με αυτές των Καταστημάτων.

Πιο συγκεκριμένα, αναφορικά με την χρήση του Alpha Web Banking μπορούμε να πούμε ότι:

- ✚ εξασφαλίζει τη δημιουργία των καταλλήλων συνθηκών χώρου και χρόνου στο Δίκτυο των Καταστημάτων, για την επίτευξη του στόχου του,
- ✚ συμβάλλει σημαντικά στη δημιουργία και διατήρηση ισχυρών σχέσεων με την Πελατεία, λόγω αυξημένου βαθμού ικανοποίησης του πελάτη και καλύψεως των αναγκών του,
- ✚ συμβάλλει στην αύξηση της κερδοφορίας της σχέσεως του πελάτη με την Τράπεζα μέσω διατήρησης στην Τράπεζα υψηλού μέσου υπολοίπου καταθετικών λογαριασμών, εσόδων από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών – όπου υπάρχουν,
- ✚ δημιουργεί προϋποθέσεις ανασχέσεως του ανταγωνισμού στους πελάτες και μείωσης της πιθανότητας διεισδύσεως του ανταγωνισμού σε αυτούς, ιδιαίτερα για τις ηλεκτρονικά εξυπηρετούμενες τραπεζικές συναλλαγές και εργασίες.
- ✚ μειώνει το λειτουργικό κόστος της Τραπεζής
- ✚ διευρύνει την πελατειακή της βάση

2. Ποιο είναι το Target Group στο οποίο απευθύνεστε?

ΙΔΙΩΤΕΣ

Επενδυτής, Δανειο-λήπτης, Ενοικιαστής, Ιδιοκτήτης ακινήτου, Ελεύθερος επαγγελματίας, Λογιστής, Νοικοκυρά

Ο ιδιοκτήτης για να πληρώνει το ενοίκιο (πάγια ή όχι μεταφορά ποσού). Ο ιδιοκτήτης για να ενημερώνεται αν πληρώθηκε. Ο δανειολήπτης για να ενημερώνεται για το υπόλοιπο ή για να πληρώνει δόση (εάν δεν έχει πάγια εντολή). Ο κάτοχος κάρτας για να ενημερώνεται για το υπόλοιπο ή για να πληρώνει κάρτα δική μας ή άλλης τραπεζής. Ο γονέας για να πληρώνει δίδακτρα του παιδιού στο σχολείο, το φροντιστήριο, το γυμναστήριο κ.λπ. Ο ελεύθερος επαγγελματία για να ενημερώνεται & να πληρώνει.

Ένας «υποδειγματικός» χρήστης – ιδιώτης θα έβλεπε αν μπήκε η μισθοδοσία του και αν πληρώθηκε η επιταγή που έκοψα για να πληρώσω το πετρέλαιο Ή θα πλήρωνε:

-  την οφειλή μου στις κάρτα μου
-  το νοίκι
-  τον ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ
-  το κινητό μου και της συζύγου μου
-  τα δίδακτρα στο σχολείο του παιδιού
-  την εφορία

θα έστελνε

-  λεφτά στο παιδί που σπουδάζει (στην Ελλάδα ή το εξωτερικό)

ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Η υπηρεσία Alpha Web Banking δημιουργήθηκε για να εξυπηρετεί πέραν των ιδιωτών και τις καθημερινές ανάγκες των επιχειρήσεων. Μάλιστα εξαιτίας του ότι οι ανάγκες των τελευταίων είναι σαφώς πιο αυξημένες από αυτές των ιδιωτών, οι λειτουργίες του Alpha Web Banking Επιχειρήσεων είναι πιο εμπλουτισμένο σε σχέση με αυτές των ιδιωτών, ειδικά σε θέματα λειτουργιών εγκρίσεων για την εκτέλεση των συναλλαγών και σε θέματα εκτέλεσης μαζικών συναλλαγών (π.χ. μισθοδοσιών).

Οι ανάγκες των Επιχειρήσεων

Κάθε επιχείρηση, μικρή, μεσαία ή μεγάλη έχει τις εξής βασικές ανάγκες:

-  να καταβάλλει τη μισθοδοσία του προσωπικού της, (Η Επιχείρηση μπορεί να καταβάλλει ηλεκτρονικά τη μισθοδοσία του προσωπικού της μέσω Alpha Web Banking Εταιριών μαζικά)
-  να εξοφλήσει υποχρεώσεις της προς το Δημόσιο και τις ΔΕΚΟ (Η Επιχείρηση μπορεί να πληρώνει ηλεκτρονικά της υποχρεώσεις της προς φορείς του Δημοσίου, ΔΕΚΟ και τρίτους, όπως προμηθευτές, πελάτες κ.ά. μέσω των υπηρεσιών Alpha Web Banking Εταιριών μαζικά ή μεμονωμένα
-  να πληρώσει λογαριασμούς,
-  να εξοφλήσει οφειλές προς προμηθευτές,
-  να ενημερώνεται για τα υπόλοιπα και τις κινήσεις των λογαριασμών, των εταιρικών καρτών και των επιταγών της (Η επιχείρηση μπορεί να ενημερώνεται για την κίνηση ενός ή περισσότερων λογαριασμών της),

Οφέλη για την Εταιρία

- ✚ Μείωση χρηματο-οικονομικού κόστους εκτελέσεως τραπεζικών συναλλαγών και εργασιών (αμοιβές Τραπέζης)
- ✚ Μείωση λειτουργικού κόστους εκτελέσεως τραπεζικών συναλλαγών και εργασιών και συνεπώς καλύτερη αξιοποίηση του προσωπικού και αύξηση της παραγωγικότητάς του,
- ✚ Μείωση λειτουργικού κινδύνου
- ✚ Ευκολία: εκτέλεση συναλλαγών από το γραφείο με ασφάλεια, ταχύτητα, αξιοπιστία
- ✚ Έλεγχος: άμεση και εύκολη παρακολούθηση των χρηματοροών της Εταιρίας, ηλεκτρονική αρχειοθέτηση των πληροφοριών για επιθεώρηση.
- ✚ Ομαλή λειτουργία των χρηματο-οικονομικών ροών καθημερινά με υψηλό βαθμό αυτοματοποίησης.

3. Είναι όντως ασφαλής στη χρήση της η υπηρεσία και αν ναι πως έχετε συμπεράνει τα αποτελέσματά σας?

Η ασφάλεια στη χρήση της υπηρεσίας αναλύεται στις ακόλουθες παραμέτρους :

1. Κρυπτογράφηση

Σε κάθε εκτελούμενη συναλλαγή γίνεται κρυπτογράφηση (128bit encryption) των μηνυμάτων που ανταλλάσσονται. 128-bit encryption σημαίνει ότι υπάρχουν 2128 πιθανά κλειδιά που είναι δυνατόν να χρησιμοποιηθούν για την κρυπτογράφηση των μηνυμάτων, αλλά μόνο ένα απ' αυτά δουλεύει σε κάθε on-line session.

2. Προσωπικοί κωδικοί

Για τη χρήση της υπηρεσίας απαιτείται η πληκτρολόγηση των προσωπικών κωδικών ασφαλείας (Κωδικός Συνδρομητή, Μυστικός Κωδικός πρόσβασης). Σε περίπτωση που επιχειρηθεί σύνδεση με την υπηρεσία και πληκτρολογηθεί πέντε συνεχόμενες φορές λάθος ο μυστικός σας κωδικός, η συνδρομή "κλειδώνεται" αυτόματα.

3. Πρόσθετος Κωδικός Ασφαλείας

Στην περίπτωση που έχουν ενεργοποιηθεί οι «Υπηρεσίες Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας», για την είσοδό στην υπηρεσία απαιτείται επιπλέον η εισαγωγή του πρόσθετου κωδικού ασφαλείας (6-ψήφιου κωδικού) που παράγεται κάθε φορά από τη «Συσκευή Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας». Η εισαγωγή πρόσθετου κωδικού ασφαλείας απαιτείται και για την εκτέλεση ορισμένων συναλλαγών (π.χ. μεταφοράς σε λογαριασμούς τρίτων). Η χρήση της Συσκευής σε συνδυασμό με τον Κωδικό Συνδρομητή και τον Μυστικό Κωδικό συμβάλλει στην ισχυρότερη ταυτοποίηση του συνδρομητή. Ο μοναδικός κωδικός που παράγεται κάθε φορά από τη συσκευή αυτή βασίζεται σε έναν μετρητή (counter) και ένα στατικό, μη αποσπάσιμο, συμμετρικό κλειδί το οποίο είναι εγκαταστημένο από τον κατασκευαστή τόσο στη συσκευή ασφαλείας όσο και στην κεντρική υποδομή της Τραπέζης.

4. Αυτόματη αποσύνδεση

Αν κατά τη χρήση του συστήματος δεν εκτελεστεί καμία συναλλαγή μέσα σε διάστημα 20 λεπτών, τότε το σύστημά αποσυνδέει τον χρήστη αυτόματα ("Idle Timeout").

5. Ανώτατο όριο μεταφορών

Το όριο μεταφορών σε μη προδηλωμένους λογαριασμούς της Alpha Bank ή άλλης τραπεζής καθώς και πληρωμών καρτών άλλης τραπεζής περιορίζεται από το "ανώτατο όριο μεταφορών". Ως προδηλωμένος λογαριασμός ορίζεται ο λογαριασμός που έχει προδηλωθεί (συνδεθεί) στο προφίλ του χρήστη. Η προδήλωση του λογαριασμού στο προφίλ ενός χρήστη δύναται να πραγματοποιηθεί είτε μέσω καταστήματος είτε από τον ίδιο τον συνδρομητή / χρήστη (υπό την προϋπόθεση ότι έχει ενεργοποιήσει τις υπηρεσίες του πρόσθετου κωδικού ασφαλείας)

6. Περιορισμένη πρόσβαση

Η Τράπεζα χρησιμοποιεί επιπρόσθετα συστήματα ασφαλείας (Firewalls), τα οποία ελέγχουν και καταγράφουν την πρόσβαση στα συστήματά της. Ταυτόχρονα εμποδίζουν οποιαδήποτε μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση στις βάσεις δεδομένων της

7. Ψηφιακό πιστοποιητικό του συστήματος της Τραπέζης

-  Ένα πιστοποιητικό μιας ιστοσελίδας δηλώνει ότι μια συγκεκριμένη ιστοσελίδα είναι ασφαλής και γνήσια.
-  Διασφαλίζει ότι καμία άλλη ιστοσελίδα (ηλεκτρονική διεύθυνση) δεν μπορεί να αναλάβει την ταυτότητα της αρχικής ασφαλούς σελίδας.
-  Εκδίδεται από τρίτες έμπιστες οντότητες

Επιπλέον πραγματοποιείται:

-  συνεχής παρακολούθηση και ανασχεδιασμός των εναλλακτικών δικτύων, με πρίσμα την χρηστικότητα και τη λειτουργικότητα για την όσο πιο φιλική επικοινωνία με τον χρήστη
-  συνεχής προστασία από τους εκάστοτε hackers, ιούς κλπ
-  συνεχής ενημέρωση των πελατών για τους νέους κινδύνους και τρόπους προστασίας

4. Είναι εύκολη η ενεργοποίηση της υπηρεσίας και κατόπιν οι συναλλαγές?

Για να γίνει κάποιος συνδρομητής στην υπηρεσία Alpha Web Banking και να εκτελεί τραπεζικές σας συναλλαγές ηλεκτρονικά πρέπει :

-  Να έχει δυνατότητα πρόσβασης στο Internet.
-  Να τηρεί τουλάχιστον έναν λογαριασμό καταθέσεων σε Ευρώ στην Alpha Bank.
-  Να συμπληρώσει μία αίτηση εγγραφής στα εναλλακτικά δίκτυα της Alpha Bank (Alpha Web Banking, Alphaphone Banking, Alpha Bank m-Banking).

- ✚ Να παραλάβει τον Κωδικό Συνδρομητή και τον Μυστικό Κωδικό (PIN) για την πρόσβαση στα εναλλακτικά δίκτυα της Alpha Bank.

Αίτηση εγγραφής στην υπηρεσία μπορείτε να υποβληθεί :

- ✚ Ηλεκτρονικά μέσω του Internet ή τηλεφωνικά καλώντας στο **801 11 326 0000** ή στο **210 326 0000** (καθημερινά, 8:00 π.μ.- 10:30 μ.μ.): Στην περίπτωση αυτή, αφού παραληφθεί ταχυδρομικά ο Μυστικός Κωδικός, στη διεύθυνση που έχει δηλωθεί στην αίτησή, ο πελάτης μπορεί να προσέλθει σε οποιοδήποτε Κατάστημα της Τραπέζης για να παραλάβει την «Κάρτα Συνδρομητή», στην οποία αναγράφεται και ο Κωδικός Συνδρομητή.
- ✚ Σε οποιοδήποτε Κατάστημα της Τραπέζης :
Στην περίπτωση αυτή, θα ο πελάτης θα παραλάβει από το Κατάστημα την «Κάρτα Συνδρομητή», στην οποία αναγράφεται και ο Κωδικός Συνδρομητή και στη συνέχεια θα παραλάβει ταχυδρομικά τον Μυστικό Κωδικό στη διεύθυνση που έχει δηλώσει στην αίτησή του.
- ✚ Σε κάθε περίπτωση, κατά την προσέλευσή του πελάτη στο Κατάστημα θα χρειαστεί να προσκομίσει την αστυνομική του ταυτότητα (ή άλλο πιστοποιητικό ταυτοποίησης) και να υπογράψει τους όρους χρήσεως των εναλλακτικών δικτύων της Alpha Bank
- ✚ Επιπλέον σε επίπεδο συναλλαγών (ήτοι μετά την επιτυχή ενεργοποίηση της υπηρεσίας) η Alpha Bank έχει διακριθεί επανειλημμένως από διάφορους έγκριτους Οργανισμούς και περιοδικά (πχ Pc Magazine) για την φιλικότητα του περιβάλλοντός της προς τον τελικό χρήστη, την ευκολία πλοήγησης των μενού και την χρηστικότητα των παρεχόμενων συναλλαγών

5. Εξυπηρετούνται με ευκολότερο τρόπο οι ανάγκες των καταναλωτών σας?

Οι υπηρεσίες των εναλλακτικών δικτύων Alpha Web / Phone / Mobile Banking αποτελούν τον ευκολότερο τρόπο συναλλαγής σχετικά με όλους τους παρεχόμενους από την Τράπεζα και διακρίνονται για τα ακόλουθα χαρακτηριστικά

Χρησιμότητα.

- ✚ Πλήθος τραπεζικών συναλλαγών
- ✚ Διαθέσιμες (24X7X365)
- ✚ Χαμηλή τιμολόγηση συναλλαγών
- ✚ Δωρεάν Μεταφορές και Πληρωμές εντός Τραπέζης

Ευκολία Χρήσης.

- ✚ Φιλικό περιβάλλον
- ✚ Διαθέσιμο σε 2 γλώσσες
- ✚ Απλές συναλλαγές για όλους τους χρήστες
- ✚ Σχεδιασμός εφαρμογών ως ενιαία βάση για τα εναλλακτικά κανάλια (web, phone, mobile).

Διαθεσιμότητα

- ✚ (24x7x365) ενημέρωση εντολές, προετοιμασία εγγραφών
- ✚ Real Time συναλλαγές από 7:30 -22:30
- ✚ Έγκριση αρχείων για μαζικές μεταφορές από 7:30-17:00
- ✚ Υποστήριξη Call Center από 8:00-22:30 καθημερινά

6. Ποια τα κίνητρα που προσφέρεται στους καταναλωτές σας προκειμένου να χρησιμοποιήσουν τη συγκεκριμένη υπηρεσία?

Πλεονεκτήματα

- ✚ Μπορεί κανείς να κάνει σχεδόν ένα πολύ μεγάλο μέρος των καθημερινών συναλλαγών που γίνονται και στο κατάστημα
- ✚ Με το Alpha Web Banking ο πελάτης έχει τον έλεγχο των συναλλαγών στα χέρια του.
- ✚ Από παντού (γραφείο, σπίτι, ταξιδεύοντας μέσω PC, Laptop, κινητού τηλεφώνου)
- ✚ Συνεχώς διαθέσιμο / χωρίς αναμονές (24X7)
- ✚ Πληρωμές χωρίς μετρητά
- ✚ Φθηνότερη εξυπηρέτηση (σε σχέση με τα Καταστήματα)
- ✚ Υπηρεσίες (ελκυστικές)
- ✚ Πληρωμές οφειλών (σε πάνω από 80 εταιρίες / οργανισμούς / κάρτες / δάνεια)

Μπορώ να προγραμματίσω μία πληρωμή μόλις πάρω το λογαριασμό ώστε να πληρωθεί στη λήξη της. Μπορώ επίσης να δεσμεύσω το ποσό για να είμαι σίγουρος ότι θα πληρωθεί. Στο μεταξύ μπορώ, αν θέλω, να την ακυρώσω.

Ιδιαίτερα χαρακτηριστικά:

Πάγιες εντολές (π.χ για το νοίκι, την οικιακή βοηθό), Μισθοδοσίες / πληρωμές προμηθευτών (για εταιρίες), Εμβάσματα σε άλλους λογαριασμούς και σε άλλες τράπεζες, Ενημέρωση για το υπόλοιπο και τις κινήσεις λογαριασμών, Εμβάσματα, Πληρωμή ΦΠΑ, ΙΚΑ, Πληρωμή ΟΤΕ, ΔΕΗ, Πληρωμή καρτών Alpha Bank, Πληρωμή καρτών άλλων τραπεζών

Πιο αναλυτικά οι δυνατές πληρωμές είναι :

- ✚ **Καρτών** (προδηλωμένων και μη – καθώς και άλλων τραπεζών)
- ✚ **Δανείων** (προδηλωμένων και μη – Alpha Επιλογή και προσωπικών / καταναλωτικών δανείων)
- ✚ **Δημοσίου – Ταμείων**

Φόρος Προστιθέμενης Αξίας, Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών, Φόροι και Τέλη Χαρτοσήμου (ΦΜΥ), Εργόσημο, Φόρος Εισοδήματος Φυσικών Προσώπων, Φόρος Εισοδήματος Νομικών Προσώπων, ΙΚΑ, Εισφορές και τέλος επιτηδεύματος, Περαιώση, Ενιαίο Τέλος Ακινήτων, Ειδικό Πρόστιμο Ρυθμιζομένων Χώρων, Ενιαίο Ειδικό Πρόστιμο Ρύθμισης Αυθαιρέτων, Τέλος Υπαγωγής στη Ρύθμιση Αυθαιρέτων, Τέλη και Ειδικοί Φόροι, Επιμελητήρια (Εμπορικό – Βιομηχανικό και Επαγγελματικό), Κτηματολόγιο, ΟΑΕΕ, ΤΣΑΥ, ΔΕΗ, ΕΥΔΑΠ, ΕΥΑΘ, ΔΕΥΑ (Για πολλές περιοχές της ελληνικής επικράτειας)

Ασφαλιστικών φορέων

AXA (Ζωής και Γενικές Ασφάλειες), Metlife Alico, Allianz ΑΕΓΑ, ARAG, Demco, Groupama Phoenix ΑΕΓΑ, ING (Ζωής – Πρακτόρευσης), Interamerican (Ζωής – Ζημιών – Υγείας – Οδική Προστασία), Interasco, International Life (ΑΕΓΑ – Ζωής), Aigaion Ασφαλιστική, Διεθνής Ένωση, Generali Hellas, Minetta Life (Ζωής – ΑΕΓΑ), Ευρωπαϊκή Πίστη, Εθνική Ασφαλιστική, Εθνική Ασφαλιστική ΑΕΕΓΑ – Ευέλικτη πληρωμή, Mutual Μεσίτες Ασφαλίσεων, My Direct Insurance, NP Insurance, Υδρόγειος

Τηλεφωνίας – Internet

OTE, OTENET, Cosmote, Vodafone, Wind, Tellas, Forthnet, HOL, On Telecoms, Vivodi, Voicenet, Cosmoline, Net One, Cyta, Viva, Hellasfon Networks

Φυσικού αερίου

ΕΠΑ Αττικής, ΕΠΑ Θεσσαλονίκης, ΕΠΑ Θεσσαλίας

Ενέργειας

Energa, Hellas Power, Tec Hellas, Elpedison Εμπορική, Green – Greek environmental, Revmaena

Λοιπών εταιριών

Multichoice, Αττικές Διαδρομές, ACS, 11880 Επαγγελματικός κατάλογος, Avon, Καυκάς, EETT, Μινωικές Γραμμές, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο, ΟΠΑΠ, Emporiki Rent, Πλαίσιο, Rilken, Scroutz, Χρυσός Οδηγός, ΑΕΠΙ, OBI, Brinks Security, G4, Spartan Security, ETAO, TEAGE

Χρηματοοικονομικές εταιρίες

BMW Austria Bank, Daimler Chrysler Bank, Credicom Consumer Finance, FGA Bank, FGA Capital, Volkswagen Bank, HellasFinanceConsumer

Ερωτήσεις πληρωμών

7, Υπάρχει διαφορά (εκτός από πρακτική) ανάμεσα στο Phone, Mobile, και στο Internet Banking?

Η πρόσβαση στην υπηρεσία του Alpha Web Banking παρέχεται μέσω όλων των σύγχρονων browsers

Η χρήση της υπηρεσίας Alpha Phone Banking πραγματοποιείται με ένα απλό τηλεφώνημα στο 801 11 326 0000 ή στο 210 326 0000 (καθημερινά, 8:00 π.μ.- 10:30 μ.μ.), ακόμα και από το εξωτερικό, μέσω :

1. εκπροσώπου της Τραπέζης (εργάσιμες ημέρες, 8:00π.μ. - 10:30μ.μ.),

2. αυτομάτου συστήματος - IVR (365 ημέρες, 24 ώρες) χρησιμοποιώντας τα πλήκτρα της συσκευής του τηλεφώνου σας

Η χρήση της υπηρεσίας Alpha Bank Mobile Banking πραγματοποιείται μέσω applications για smartphones Κινητά (I-phone / Android / και σε εξέλιξη η υλοποίηση για Windows), ενώ επίσης η υπηρεσία λειτουργεί και σε κινητά τηλέφωνα που υποστηρίζουν το πρωτόκολλο **WAP**

Από εκεί και πέρα, η φιλοσοφία χρήσης της υπηρεσίας, πλοήγησης στο μενού και γενικότερης συναλλακτικής συμπεριφοράς είναι ευθυγραμμισμένη και στις 3 υπηρεσίες

8. Είναι το ίδιο customer service για την εξυπηρέτηση πελατών σας με τις υπόλοιπες υπηρεσίες της τράπεζας ή υπάρχει ξεχωριστό τμήμα?

Ναι είναι το ίδιο.

Επιλογή Υπηρεσία

- 1 Απώλειες καρτών (24ώρες X 7ημέρες)
- 2 Εξυπηρέτηση καρτών (Ενεργοποίηση καρτών)
3. Πληροφορίες σχετικά με προϊόντα καρτών
- 4 Πληροφορίες για καταθετικά προϊόντα, καταναλωτικά – προσωπικά δάνεια, στεγαστικά δάνεια και λοιπά προϊόντα της Τραπέζης
- 5 Alphaphone Banking / Εξυπηρέτηση πελατών Alpha Web Banking (HELP DESK)
6. Παράπονα - Υποδείξεις Πελατών
7. Δίκτυο Καταστημάτων / Σύνδεση με Κεντρικές Υπηρεσίες

Ακόμα και εάν δεν είναι κάποιος συνδρομητής, μπορείτε να καλέσει στο 801 11 326 0000 ή στο 210 326 0000(καθημερινά, 8:00 π.μ.- 10:30 μ.μ.) για οποιαδήποτε πληροφορία σχετική με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της Alpha Bank, καθώς και τη χρήση και λειτουργία των εναλλακτικών δικτύων της Alpha Bank (Alpha Web Banking, Alphaphone Banking, Alpha Bank m-Banking)

9. Ποιο το κόστος συνδρομής της υπηρεσίας?

Η υπηρεσία παρέχεται δωρεάν από την Τράπεζα. Ήτοι δεν υπάρχει κάποια ετήσια συνδρομή για τις υπηρεσίες Alpha Web / Phone / Mobile Banking

Με βάση το τιμολόγιο της Τραπέζης υπάρχει σημαντικό οικονομικό όφελος αν, αντί της επίσκεψης σε Κατάστημα, χρησιμοποιηθεί το Alpha Web Banking:

- ✚ Δεν υπάρχει επιβάρυνση με έξοδα κινήσεως όσες συναλλαγές κι αν πραγματοποιηθούν κάθε μήνα.
- ✚ Οι μεταφορές ποσού σε λογαριασμούς τρίτων, που τηρούνται στην Alpha Bank δεν επιβαρύνονται με έξοδα.
- ✚ Οι πληρωμές καρτών τρίτων εκδόσεως Alpha Bank δεν επιβαρύνονται με έξοδα.
- ✚ Τα έξοδα της Alpha Bank για τις απλές εντολές πιστώσεως λογαριασμού άλλης τραπεζής εσωτερικού είναι σημαντικά λιγότερα από τα αντίστοιχα του καταστήματος (πχ για τους ιδιώτες είναι 0,30 € / ανά συναλλαγή).
- ✚ Τα έξοδα της Alpha Bank για τις απλές εντολές πιστώσεως λογαριασμού άλλης τραπεζής εξωτερικού (εντός Ευρωζώνης) είναι σημαντικά λιγότερα από τα αντίστοιχα του καταστήματος (πχ για τους ιδιώτες είναι 0,30 € / ανά συναλλαγή).
- ✚ Όλες οι πληρωμές λογαριασμών και οφειλών προς τρίτους (π.χ. ΦΠΑ, ΙΚΑ, Ο.Α.Ε.Ε. (Τ.Ε.Β.Ε. - Τ.Α.Ε. - Τ.Σ.Α.), ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ κ.λ.π.) είναι **δωρεάν**. Μοναδικές εξαιρέσεις αποτελούν: - η πληρωμή καρτών **άλλων τραπεζών** για την οποία τα έξοδα είναι **Ευρώ0,50** και - η πληρωμή οφειλών προς την εταιρία ΑΤΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΑΕ για την οποία τα έξοδα είναι **Ευρώ 0,15**
- ✚ Για παραγγελία καρνέ επιταγών έχετε έκπτωση 20% στα έξοδα εκδόσεως του καρνέ.

Το κόστος ενεργοποίησης και χρήσης των υπηρεσιών Πρόσθετου Κωδικού Ασφαλείας είναι 7 € (εφάπαξ) για τους ιδιώτες και 12 € για τις εταιρίες (ετησίως). Η συσκευή παρέχεται δωρεάν. Σε περίπτωση απώλειας της συσκευής, το κόστος αντικατάστασης είναι 12 € και 17€ αντίστοιχα.

10. Είναι εφικτό κάποιο πρόγραμμα λογισμικού ευρείας χρήσης που να απευθύνεται στην 3η ηλικία και αν ναι μπορείτε να μας δώσετε κάποιες πληροφορίες?

Η υπηρεσία παρέχεται με κοινά χαρακτηριστικά σε όλο το πλήθος των συνδρομητών – πελατών της Τραπέζης. Τα άτομα εκείνα κάποιας μεγαλύτερης ηλικίας ή περιορισμένης γνώσης στη χρήση του διαδικτύου μπορούν να απευθύνονται τηλεφωνικά στην Υπηρεσία Εξυπηρέτησης Πελατών με σκοπό την καθοδήγηση και υποστήριξη τους από εξειδικευμένο προσωπικό.

2) Συνέντευξη από εκπρόσωπο ηλεκτρονικής τραπεζικής της «HSBC Bank»

1.Ποια η συχνότητα ανταπόκρισης των πελατών σας και πως τους διακρίνετε?

Η συχνότητα είναι πολύ σημαντική και αξιόλογη, σε σχέση με το πελατολόγιό μας το οποίο διακρίνετε στους HSBC PREMIER και HSBC ADVANCE, ανάλογα με το

ποσό των διαθέσιμων εισοδημάτων τους. Κυρίως στοχεύουμε στην ποιότητα και όχι στην ποσότητα των πελατών μας.

2. Ποιος ο βαθμός δυσκολίας που συναντούν οι πελάτες σας στην ηλεκτρονική τραπεζική και σε ποια λειτουργία δυσκολεύονται περισσότερο?

Η δυσκολία που συναντούν είναι αρκετά μεγάλη, όσον αφορά τη χρήση της υπηρεσίας και αυτό συμβαίνει σε όλες τις λειτουργίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

3. Ποιο είναι το ωράριο εξυπηρέτησής σας?

Από τις 9.00 το πρωί έως τις 18.00 το απόγευμα.

4. Η φόρμα για την εγγραφή της υπηρεσίας είναι εφικτή για άτομα της τρίτης ηλικίας?

Ναι, φυσικά και είναι μέσω της εκπαίδευσης μπορούν να μάθουν να χειρίζονται τα πάντα και γρήγορα.

5. Τα άτομα της τρίτης ηλικίας αποτελούν ξεχωριστό target group για εσάς?

Όχι, βέβαια. Αν και παραμένει αρκετά δύσκολο, κυρίως χρειάζεται περισσότερος χρόνος.

6. Με ποιο τρόπο τους προσεγγίζετε?

Μέσω της εκπαίδευσης και των εγγεγραμμένων ερωτήσεων – απαντήσεων που υπάρχουν στην ιστοσελίδα της τράπεζας.

7. Ποιο το ποσοστό των πελατών σας που ανήκουν στην τρίτη ηλικία?

Είναι λιγότερο από το 10%.

8.Θα μπορούσε να υπάρξει κατά τη γνώμη σας κάποιο ειδικά διαμορφωμένο λογισμικό που θα βοηθούσε την τρίτη ηλικία?

Ναι θα μπορούσε, αλλά δεν θα υπήρχε λόγος.

9.Θεωρείτε πως ο αναλφαβητισμός της Πληροφορικής αποτελεί βασικό εμπόδιο για τη χρήση της υπηρεσίας?

Όχι ιδιαίτερα με βάση το target group που ανήκει στο δικό μας πελατολόγιο.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ανώνυμο ερωτηματολόγιο διανέμεται στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας με τίτλο: «Internet Banking: Η τράπεζα του μέλλοντος», που διεξάγεται στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών “Βιώσιμη Ανάπτυξη” με κατεύθυνση Αγωγή του Καταναλωτή, του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου. Τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν για ερευνητικούς σκοπούς και δεν απαιτείται η καταχώρηση προσωπικών στοιχείων.

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας.

Με Εκτίμηση,

Παύνη Αντιγόνη.

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

(Για κάθε απάντηση παρακαλώ να συμπληρώσετε ένα √ σε κάθε κουτί)

1) ΦΥΛΟ: Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

2) ΗΛΙΚΙΑ: _____(ετών)

3) ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ:

Αναλφάβητος/η ☐

Μερικές τάξεις δημοτικού ☐

Απόφοιτος/η δημοτικού ☐

Μερικές τάξεις γυμνασίου ☐

Απόφοιτος/η γυμνασίου ☐

Απόφοιτος/η λυκείου ☐

Απόφοιτος ιδιωτικού ιδρύματος ☐

Κάτοχος πτυχίου ΑΤΕΙ ☐

Κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ ☐

Κάτοχος Μεταπτυχιακού ☐

Κάτοχος Διδακτορικού ☐

4) ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| Άγαμος/η | ☐ |
| Έγγαμος/η | ☐ |
| Ελεύθερη συμβίωση | ☐ |
| Διαζευγμένος/η | ☐ |
| Χήρος/α | ☐ |
| Εν διαστάσει | ☐ |

5) ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ:

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Εισοδηματίας | ☐ |
| Ελεύθερος επαγγελματίας | ☐ |
| Ιδιωτικός/η υπάλληλος | ☐ |
| Δημόσιος υπάλληλος | ☐ |
| Συνταξιούχος | ☐ |
| Άνεργος/η | ☐ |

6) ΚΑΘΑΡΟ ΜΗΝΙΑΙΟ ΑΤΟΜΙΚΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΑΠΟ ΕΡΓΑΣΙΑ:

- | | |
|---------------|--------------------------|
| 0-350€ | ☐ |
| 350 -700€ | ☐ |
| 700-1050€ | ☐ |
| 1050-1400€ | ☐ |
| 1400-1750€ | ☐ |
| 1750€ και άνω | ☐ |

7) Έχετε γνώσεις Ηλεκτρονικού Υπολογιστή; ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

8) Με ποιο τρόπο προτιμάτε να πραγματοποιείτε τις τραπεζικές συναλλαγές σας;

8) Με ποιο τρόπο προτιμάτε να πραγματοποιείτε τις τραπεζικές συναλλαγές σας;

Άλλοι τρόποι () □

Pro bank ☐ Millennium bank ☐

Άλλο () □

11) Ποιοι θα ήταν κατά προτίμησή σας, οι λόγοι χρήσης της υπηρεσίας Internet Banking;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

- | | |
|-------------------------------|--------------------------|
| Εξοικονόμηση χρόνου | ☐ |
| Αποφεύγω τις ουρές στα ταμεία | ☐ |
| Δεν υπάρχει δέσμευση ωραρίου | ☐ |
| Αποφυγή εγκληματικότητας | ☐ |
| Άλλο () | ☐ |

12) Ποιά είναι η πηγή πληροφόρησής σας, όσον αφορά στην ηλεκτρονική τραπεζική;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| Εμπορικό τραπεζικό κατάστημα | ☐ |
| Φιλικό Περιβάλλον | ☐ |
| Επαγγελματικό Περιβάλλον | ☐ |
| Διαδίκτυο | ☐ |
| Άλλο () | ☐ |

13) Η χρονική διάρκεια διεκπεραίωσης των υπηρεσιών θα ήταν βασικός παράγοντας για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

NAI ☐ OXI ☐

14) Έχετε κάνει χρήση άλλων τραπεζικών υπηρεσιών εκτός από την υπηρεσία Internet Banking;

NAI ☐ OXI ☐

Αν ναι, ποιες από τις παρακάτω έχετε επιλέξει;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

Phone Banking - «Τηλεφωνική τραπεζική» ☐

Mobile Banking - «Τραπεζική κινητής τηλεφωνίας» ☐

Web Banking - «Διαδικτυακή τραπεζική» ☐

Private Banking - «Ιδιωτική τραπεζική» ☐

15) Είστε χρήστης της υπηρεσίας Internet Banking; NAI ☐ OXI ☐

(Σε περίπτωση που απαντήσατε “NAI” συνεχίστε στην ερώτηση 16)

(Σε περίπτωση που απαντήσατε “OXI” συνεχίστε στην ερώτηση 20)

16) Ποια η χρονική διάρκεια που είστε χρήστης της υπηρεσίας Internet banking;

Διάρκεια _____ (μήνες)

17) Παρακαλώ σημειώστε την άποψή σας για κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις.

	Καθόλου ικανοποιημέ νος	Λίγο Ικανοποιημένος	Αρκετά Ικανοποιημένος	Πολύ Ικανοποιημένος	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος
Είστε ικανοποιημένος / η από τον τρόπο λειτουργίας της υπηρεσίας Internet Banking από την τράπεζά σας;					
Εμπιστεύεστε τη συγκεκριμένη υπηρεσία;					
Είστε ικανοποιημένος/η κατά τη χρήση της υπηρεσίας;					
Είναι επαρκής η ενημέρωση που λαμβάνετε μέσω					

μηνυμάτων από την υπηρεσία;					
Ποια η άποψή σας για την ασφάλεια που σας παρέχει η τράπεζα, ως προς τα προσωπικά σας δεδομένα.					
Η "προσπάθεια" της τράπεζας, προκειμένου να παραμένετε πελάτης της είναι ικανοποιητική;					
Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής σας προσφέρει διευκόλυνση των εργασιών σας;					
	Καθόλου ικανοποιημένος	Λίγο Ικανοποιημένος	Αρκετά Ικανοποιημένος	Πολύ Ικανοποιημένος	Πάρα πολύ Ικανοποιημένος
Οι πληροφορίες που παρέχονται, είναι επαρκείς προκειμένου να γίνει γνωστή η υπηρεσία;					

18) Από την εμπειρία σας, η χρήση της υπηρεσίας «Internet Banking» είναι εύκολη;

NAI ☐ OXI ☐

19) Έπειτα από το χρονικό διάστημα που κάνετε χρήση της υπηρεσίας Internet Banking, ποιοι θα ήταν οι λόγοι αποχώρησής σας;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

Κακή εξυπηρέτηση από το προσωπικό ☐

Ελλειπείς λειτουργικές εγκαταστάσεις ☐

Δυσκολία χρήσης της συγκεκριμένης ηλεκτρονικής φόρμας ☐

Κανένας ☐

Άλλο () ☐

20) Παρακαλώ σημειώστε την άποψή σας για κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Είμαι Ουδέτερος/η	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Το απαιτούμενο κόστος συνδρομής για χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι υψηλό.					
Το ρίσκο για υποκλοπή των προσωπικών πληροφοριών, είναι υψηλό, κάνοντας χρήση της υπηρεσίας.					
Η υπηρεσία phone banking(τηλεφωνική τραπεζική) υπάρχει πλέον και στην Ελλάδα, πιστεύετε ότι οι ενέργειες της τράπεζας για να ενημερωθούν οι πελάτες, είναι αποτελεσματικές;					

21) Απαιτούνται λειτουργικές αλλαγές στην υπηρεσία «Internet Banking» της τράπεζάς σας;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

NAI ☐ OXI ☐

Αν ναι, επιλέξτε από τα παρακάτω:

Πιο εύκολη ταξινόμηση των υπηρεσιών στην ιστοσελίδα ☐

Δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης από το τηλέφωνο ☐

Περισσότερες διευκρινιστικές οδηγίες ☐

Άλλο () ☐

22) Παρακαλώ σημειώστε την άποψή σας για κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Είμαι Ουδέτερος / η	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Πιστεύετε πως έχει μειωθεί σημαντικά ο χρόνος αναμονής εργασιών στα τραπεζικά υποκαταστήματα;					
Πιστεύετε ότι η χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής γνωστοποιεί όλα τα προϊόντα και υπηρεσίες που διαθέτει η εκάστοτε τράπεζα;					
Το τμήμα Εξυπηρέτησης πελατών της τράπεζας, προσφέρει άμεσα τη βοήθεια σε κάθε σας απορία.					
Οι σύμβουλοι εξυπηρέτησης των εμπορικών τραπεζών είναι ιδιαίτερα ακριβείς στις πληροφορίες που δίνουν.					

Η μείωση λειτουργικού και οικονομικού κόστους είναι εμφανές όσον αφορά στην πρόσβαση στα υποκαταστήματα. Ποια η άποψή σας;					
	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Είμαι Ουδέτερος / η	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Είναι σημαντικός παράγοντας η ασφάλεια που σας παρέχει η πραγματοποίηση των τραπεζικών σας συναλλαγών μέσω σταθερού, κινητού τηλεφώνου ή διαδικτύου, με βάση την εγκληματικότητα που υπάρχει κυρίως σε ομάδες ατόμων της τρίτης ηλικίας.					

23) Ποιοι οι λόγοι που δεν κάνετε ή δεν θα κάνατε χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα $\surd$ σε κάθε κουτί)

- Φόβος για υποκλοπή προσωπικών στοιχείων ☐
- Δυσκολία εκμάθησης στο τομέα της Πληροφορικής ☐
- Είναι προτιμότερη η προσωπική επαφή ☐
- Δεν υπάρχει συγκεκριμένος λόγος ☐
- Άλλο () ☐

24) Η αύξηση της εγκληματικότητας, είναι λόγος υιοθέτησης της υπηρεσίας Internet Banking;

ΝΑΙ ☐ ΟΧΙ ☐

25) Ποιες ενέργειες της τράπεζας θα σας έφερναν (ακόμα) πιο κοντά στη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής;

(Για κάθε απάντηση μπορείτε να συμπληρώσετε παραπάνω από ένα ✓ σε κάθε κουτί)

Καλύτερη εκπαίδευση από το προσωπικό της τράπεζας ☐

Δωρεάν σεμινάρια από ειδικευμένο προσωπικό για χρήση διαδικτύου ☐

Δωρεάν παροχή διαδικτύου από το σπίτι ☐

Άλλο () ☐

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας.

Με εκτίμηση,

Παύνη Αντιγόνη.