



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΑΓΩΓΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

« Το τραπεζικό σύστημα – τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή. Η περίπτωση της Κύπρου».

Φοιτήτρια: Χριστοδούλου Μαρία

A.M: 23302

Τριμελής Επιτροπή

Επιβλέπων: Αναπληρωτής Καθηγητής Γ. Χονδρογιάννης

Μέλη: Λέκτορας Μ. Βαμβακάρη

Αναπληρωτής Καθηγητής Σ. Λώλος

ΑΘΗΝΑ 2005

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ακόμη και τώρα δυσκολεύομαι να συνειδητοποιήσω ότι τα λόγια αυτά που γράφω είναι οι τελευταίες λέξεις της εργασίας – του δημιουργήματός μου. Όλη αυτή η προσπάθεια που άρχισε μήνες πριν και αποτέλεσε τη μεγαλύτερη πρόκληση της φοίτησής μου τόσο στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα όσο και σε όλα μου τα φοιτητικά χρόνια, κοντεύει να τελειώσει. Ένας ακόμη στόχος μου ολοκληρώθηκε και άλλη μία επιθυμία μου έγινε πραγματικότητα. Μαζί μ' αυτήν, έκλεισε και ένα άλλο σημαντικό κομμάτι της ζωής μου, αυτό της φοιτήτριας.

Η αγάπη μου για τον τόπο καταγωγής μου, την Κύπρο, ο επηρεασμός μου από τα μαθήματα του μεταπτυχιακού προγράμματος και οι πολλαπλές εξελίξεις που συμβαίνουν τον τελευταίο καιρό στο Κυπριακό τραπεζικό σύστημα, αποτέλεσαν το κίνητρο για την επιλογή του συγκεκριμένου θέματος στην παρούσα διπλωματική εργασία.

Η ολοκλήρωση της εργασίας αυτής δεν ήταν εύκολη. Κατά διαστήματα ήρθα αντιμέτωπη με αρκετές δυσκολίες, αλλά ευτυχώς με τη βοήθεια των καθηγητών μου, τη στήριξη και την αγάπη της οικογένειάς μου κατάφερα τελικά αυτό που τόσο πολύ ήθελα.

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες κυρίως, στον επιβλέποντα αναπληρωτή καθηγητή κύριο Χονδρογιάννη Γιώργο για την αμέριστη συμπαράσταση και τις πολύτιμες συμβουλές που μου παρείχε κατά τη διάρκεια της πορείας της εργασίας αυτής. Παράλληλα, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου και στα άλλα δύο μέλη της επιτροπής, τον κύριο Σαράντη Λώλο και την κυρία Μαλβίνα Βαμβακάρη, που συμμετείχαν στην τριμελή επιτροπή της διπλωματικής μου εργασίας και που βοήθησαν στην ολοκλήρωση της.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλα τα άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο, βοηθώντας έτσι στην πραγματοποίηση της έρευνας μου.

Κυρίως, ένα μεγάλο ευχαριστώ θέλω να πω στην αγαπημένη μου οικογένεια και στο Γρηγόρη, που στάθηκαν δίπλα μου από την αρχή ως το τέλος της παρούσας εργασίας, υποστηρίζοντάς με και δίνοντάς μου κουράγιο. Τους ευχαριστώ όλους βαθύτατα.

Κλείνοντας, θέλω να αφιερώσω τη διπλωματική μου εργασία στους αγαπημένους μου γονείς μου (Θεόδωρο και Γιαννούλα), στα αδέρφια μου (Αναστασία και Γιώργο) και στο Γρηγόρη με πολλή αγάπη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	Σελ
Εισαγωγή	1
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	
Κεφάλαιο 1^ο: Το Συνεργατικό Κίνημα της Κύπρου	4
1.1 Η ίδρυση του Κυπριακού Συνεργατικού Κινήματος	4
1.1.1 Η αποικιοκρατία και η κοινωνική πραγματικότητα	4
1.1.2 Η Συνεργατική Κίνηση στο Λευκόνοικο	6
1.1.3 Οι πρώτες συνεργατικές προσπάθειες στη Κύπρο	7
1.2 Σημαντικοί σταθμοί στην ιστορία του Συνεργατικού Κινήματος	8
1.3 Η Κεντρική Συνεργατική Τράπεζα	14
1.4 Προσδοκίες, Στρατηγικές και Στρατηγικοί Στόχοι του Συνεργατικού Κινήματος	20
Κεφάλαιο 2^ο: Η προέλευση του σύγχρονου τραπεζικού συστήματος της Κύπρου	24
2.1 Η ίδρυση της πρώτης τράπεζας	24
2.2 Η ανάπτυξη των τοπικών τραπεζικών ιδρυμάτων	25
2.3 Το τραπεζικό σύστημα πριν τη δημιουργία της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου	28
Κεφάλαιο 3^ο: Η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου	31
3.1 Ρόλος – Λειτουργία της Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου	31
3.2 Νομισματική Πολιτική	35
3.3 Τραπεζικός Τομέας	37

Κεφάλαιο 4^ο: Το τραπεζικό σύστημα κατά το παρόν	41
4.1 Η ανάπτυξη του Κυπριακού τραπεζικού τομέα	41
4.2 Οι εμπορικές τράπεζες	45
4.2.1 Η Τράπεζα Κύπρου	46
4.2.2 Η Λαϊκή Τράπεζα	56
4.2.3 Η Ελληνική Τράπεζα	66
4.2.4 Η Alpha Bank	73
4.2.5 Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου)	75
4.2.6 Η Universal Bank	77
4.2.7 Η Εμπορική Τράπεζα (Κύπρου)	81
4.2.8 Η Société Générale Cyprus	84
4.2.9 Η Arab Bank	87
 Κεφάλαιο 5^ο: Τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή	 90
5.1 Οι Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)	91
5.2 Η ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking)	93
5.3 Η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου	98
5.3.1 Υπηρεσίες μέσω Λειτουργών Εξυπηρέτησης	99
5.3.2 Υπηρεσίες μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης	100
5.3.3 Υπηρεσίες μέσω Κινητού Τηλεφώνου	102
5.4 Εκτιμήσεις και Προτάσεις για το μέλλον	104
 Κεφάλαιο 6^ο: Εμπειρικές μελέτες για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης των νέων τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές	 107

ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Κεφάλαιο 7 ^ο : Μεθοδολογία Δειγματοληπτικής Έρευνας	132
Κεφάλαιο 8 ^ο : Προφίλ των καταναλωτών της Κύπρου όσον αφορά τις τραπεζικές υπηρεσίες	142
8.1 Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος	142
8.2 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)	143
8.3 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking)	154
8.4 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	167
8.5 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών	174
8.5.1 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)	175
8.5.2 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)	190
8.5.3 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	208
9. Συμπεράσματα	225
Βιβλιογραφία	
Κατάλογος Πινάκων	
Κατάλογος Διαγραμμάτων	

Παράρτημα Α: Πίνακες Συχνοτήτων

Παράρτημα Β: Πίνακες Διπλής Εισόδου

Παράρτημα Γ: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

Παράρτημα Δ: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα εμπειρικών ερευνών

Παράρτημα Ε: Η κωδικοποίηση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου

Παράρτημα ΣΤ: Τα περιγραφικά μέτρα

ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ – ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί η προέλευση του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου και ειδικότερα να ελεγχθεί η μορφή του κατά τη πορεία του χρόνου καθώς επίσης και ποιες τράπεζες το αποτελούν (εγχώριες και ξένες). Επιδιώκει επίσης να παρουσιάσει τους τρόπους προσέγγισης του καταναλωτή με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών. Ακόμη, βασικός σκοπός της εργασίας αυτής είναι η διερεύνηση της συμπεριφοράς των Κυπρίων καταναλωτών απέναντι σε αυτούς τους νέους τρόπους προσέγγισης τους από τις τράπεζες και η σκιαγράφηση των καταναλωτικών τους προφίλ απέναντι στην κάθε μία υπηρεσία.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο βασικός σκοπός της παρούσας εργασίας, πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Η συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα 23/12/2004 έως 28/02/2005, και το ερωτηματολόγιο της έρευνας δόθηκε σε τυχαίο δείγμα 350 ατόμων ηλικίας άνω των 18 ετών, κατοίκων διαφόρων περιοχών της πόλης της Λεμεσού.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, περιλαμβάνει άτομα νεαρής ηλικίας, μορφωμένα και με υψηλό εισόδημα. Σχετικά με το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking), αυτό περιλαμβάνει κυρίως άνδρες με υψηλό εισόδημα που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα και που έχουν μεγάλες γνώσεις – εμπειρία χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Τέλος, όσον αφορά τον τρίτο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου μοιάζει με αυτό των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking), και συγκεκριμένα περιλαμβάνει κυρίως νέους άνδρες με υψηλό εισόδημα.

THE BANKING SYSTEM – CONSUMERS APPROACH CHANNELS. THE CASE STUDY OF CYPRUS

ABSTRACT

The purpose of the thesis is to examine the organization structure of Cyprus's Banks and especially, its evolution through time by focusing in all Banks, which resides in Cyprus (International and Local Banks)

It is also presenting the new delivery channels for banking products and services such as ATM, Internet Banking and Telebanking – Mobile Banking, besides the traditional ones that they can be achieved through bank branches networks. In addition, the main purpose of this thesis is to study how Cypriots consumers are reacting against those new channels and furthermore to construct the consumers profile for each service mentioned above.

In order to achieve thesis main purpose, a well structure search has been made through the form of questionnaire. The gathering of needed data took place during 23/12/2004 until 28/02/2005, and the thesis's questionnaire has been given in a random sample of 350 people above the age of 18, all residents of different areas of Limassol.

According to the research result, the profile of the users of Automated Teller Machines (ATM), consists of young – educated and peoples with high incomes. Research result also reveals that the profile of the users of Internet Banking consists mainly by men with high incomes, who are working in the private sector and who are well familiar with the usage of computers. Finally, about the last delivery channel the outcomes data states that the profile of the users of Telebanking – Mobile Banking is close related with the profile of people who are using the Internet Banking, which consists mainly by young, male people with high economical status.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Κύπρος διαθέτει ένα ανεπτυγμένο τραπεζικό σύστημα, με τις τράπεζες να έχουν σημαντικό ρόλο στη χρηματοοικονομική διαμεσολάβηση, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω του εκτεταμένου δικτύου των καταστημάτων τους. Συγκεκριμένα, το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα, που είναι η Εποπτική Αρχή για τα τραπεζικά ιδρύματα, τις επιτόπιες τράπεζες, και τις διεθνείς τραπεζικές μονάδες, ενώ περιλαμβάνει επίσης τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα που εποπτεύονται από τον Έφορο Συνεργατικών Εταιρειών και Συνεργατικής Ανάπτυξης.

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία, το άνοιγμα των αγορών με την παγκοσμιοποίηση, σε συνδυασμό με τις ελευθεροποιήσεις που πραγματοποιήθηκαν στο χρηματοπιστωτικό τομέα από 1η Ιανουαρίου 2001, έχουν συμβάλει σε ένα πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον στο οποίο οι τράπεζες ανταποκρίνονται ικανοποιητικά, αφενός με τον εκσυγχρονισμό του τεχνολογικού τους εξοπλισμού και αφετέρου με την εισαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Παράλληλα, οι τράπεζες έχουν προχωρήσει σε αυτοματοποίηση των υπηρεσιών που παρέχουν, για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους και έχουν αρχίσει να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες με ηλεκτρονικά μέσα ή ηλεκτρονική πρόσβαση, χρησιμοποιώντας εναλλακτικά κανάλια εξυπηρέτησης όπως το διαδίκτυο, τα κέντρα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης κ.λ.π., σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις.

Η ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ο επερχόμενος ανταγωνισμός στο τραπεζικό σύστημα αποτελούν όχι μόνο αφορμή αλλά και αιτία για την ανασυγκρότηση του τομέα και τη λήψη πρωτοβουλιών, με αποκλειστικό σκοπό την προετοιμασία των εμπορικών τραπεζών να αντιμετωπίσουν τα μελλούμενα. Θεσμοί και τακτικές ακολουθούμενες, εδώ και χρόνια, σε Ευρωπαϊκές χώρες αποτελούν τώρα αντικείμενο μελέτης και επεξεργασίας στην Κύπρο.

Όλες αυτές οι αλλαγές και προκλήσεις παράλληλα που παρατηρούνται τον τελευταίο καιρό στο Κυπριακό τραπεζικό σύστημα θα αποτελέσουν μια περίοδο γρήγορων και συνεχών αλλαγών στο τραπεζικό σύστημα, όπως και σε άλλους τομείς της δημόσιας ζωής. Το νέο αυτό περιβάλλον ανοίγει καινούριες προοπτικές και θα ωφελήσει την ανάπτυξη του τραπεζικού τομέα με νέα προϊόντα και υπηρεσίες για το πελατειακό κοινό.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η διερεύνηση της προέλευσης και της πορείας του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου κατά τη πορεία του χρόνου, καθώς επίσης και των τρόπων προσέγγισης των καταναλωτών από τις τράπεζες με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών. Ειδικότερα, περιλαμβάνει τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), την ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking) και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου (σταθερού και κινητού), που όλο και πιο πολύ επεκτείνεται η χρήση τους στις μέρες μας. Ο βασικός όμως σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι η εμπειρική έρευνα της συμπεριφοράς των Κυπρίων καταναλωτών απέναντι σε αυτούς τους νέους τρόπους προσέγγισης τους από τις τράπεζες και η σκιαγράφηση των καταναλωτικών τους προφίλ απέναντι στην κάθε μία υπηρεσία.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο σκοπός της εργασίας, μελετήθηκαν οι απόψεις των διαφόρων επιστημόνων που ασχολήθηκαν με το συγκεκριμένο θέμα, ενώ παράλληλα πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου, το οποίο δόθηκε σε τυχαίο δείγμα 350 ατόμων ηλικίας άνω των 18 ετών, κατοίκων διαφόρων περιοχών της πόλης της Λεμεσού, έτσι ώστε να επιτευχθεί η εμπειρική έρευνα της παρούσας εργασίας.

Η παρούσα εργασία έχει χωριστεί σε δύο μέρη: το θεωρητικό και το εμπειρικό. Το θεωρητικό μέρος αποτελείται από έξι κεφάλαια, όπου το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στο Συνεργατικό Κίνημα της Κύπρου. Γίνεται μία σύντομη αναφορά στην ίδρυση του Κυπριακού Συνεργατικού Κινήματος, αναφέρονται οι σημαντικότεροι σταθμοί στην ιστορία του, η ίδρυση και ο ρόλος της Κεντρικής Συνεργατικής Τράπεζας, καθώς και οι προσδοκίες και οι στρατηγικοί στόχοι του Κινήματος.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στην προέλευση του σύγχρονου τραπεζικού συστήματος της Κύπρου, με μία αναφορά στην ίδρυση της πρώτης τράπεζας στο νησί, στην ανάπτυξη των τοπικών τραπεζικών ιδρυμάτων καθώς και στη μορφή που είχε το τραπεζικό σύστημα πριν τη δημιουργία της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου. Στη συνέχεια, το τρίτο κεφάλαιο ως αντικείμενο έχει την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου, και ειδικότερα αναφέρεται στο ρόλο και τη λειτουργία της σχετικά με την νομισματική πολιτική και τον τραπεζικό τομέα της Κύπρου.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται καταγραφή της παρούσας κατάστασης του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου, και ακολουθεί μία ξεχωριστή αναφορά για τις εννιά εμπορικές τράπεζες του νησιού. Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζονται οι τρόποι

προσέγγισης του καταναλωτή από τις τράπεζες, οι οποίοι είναι οι Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), η ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking) και η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, η οποία και διακρίνεται στις υπηρεσίες μέσω Λειτουργιών Εξυπηρέτησης, στις υπηρεσίες μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης και στις υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου. Στο τέλος του συγκεκριμένου κεφαλαίου γίνονται κάποιες εκτιμήσεις και προτάσεις για το μέλλον των νέων τρόπων προσέγγισης των καταναλωτών. Στο τελευταίο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα διαφόρων εμπειρικών μελετών για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης των νέων τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές.

Όσον αφορά το δεύτερο μέρος της εργασίας αυτής, το εμπειρικό, αυτό αποτελείται από δύο κεφάλαιο, το έβδομο και το όγδοο. Το έβδομο κεφάλαιο αναφέρεται στη μεθοδολογία της δειγματοληπτικής έρευνας, ενώ το όγδοο αναφέρεται στο προφίλ των καταναλωτών της Κύπρου όσον αφορά τις τραπεζικές υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, παρουσιάζονται τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος, το καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking) και τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, μέσα από την ανάλυση και το σχολιασμό των πινάκων συχνοτήτων και των πινάκων διπλής εισόδου. Στο τέλος του ίδιου κεφαλαίου παρουσιάζονται τα διάφορα υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών.

Στο τελευταίο κεφάλαιο συνοψίζονται τα κυριότερα σημεία της παρούσας διπλωματικής εργασίας και διατυπώνονται τα γενικότερα συμπεράσματα από τη δειγματοληπτική έρευνα. Ακολουθώντας, αναφέρονται οι βιβλιογραφικές πηγές που χρησιμοποιήθηκαν, ενώ την εργασία αυτή συμπληρώνουν τα παραρτήματα τα οποία περιέχουν τους πίνακες συχνοτήτων, τους πίνακες διπλής εισόδου, ανάλυση και σχολιασμός των οποίων γίνεται στο όγδοο κεφάλαιο, το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την έρευνα, τα συγκεντρωτικά αποτελέσματα των εμπειρικών ερευνών που παρουσιάζονται στο κεφάλαιο έξι, την κωδικοποίηση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου καθώς και τα περιγραφικά μέτρα.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

ΤΟ ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΟ ΚΙΝΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

1.1 Η ίδρυση του Κυπριακού Συνεργατικού Κινήματος

1.1.1 Η αποικιοκρατία και η κοινωνική πραγματικότητα

Στις 12 Ιουλίου του 1878, όταν η Αγγλοκρατία διαδέχθηκε την οθωμανική κυριαρχία η οποία κράτησε τρεις ολόκληρους αιώνες, η Κύπρος έφερε τα χαρακτηριστικά μιας μη ανεπτυγμένης χώρας. Οι περιορισμένες μεταρρυθμίσεις που εισήγαγαν οι Άγγλοι δεν ήταν αρκετές για να αναζωογονήσουν τη μαρασμένη ύπαιθρο, να εξυγιάνουν τις κοινωνικοοικονομικές σχέσεις, να βελτιώσουν τους επικρατούντες θεσμούς και να οδηγήσουν τους κατοίκους στην ευημερία και στην κοινωνική πρόοδο.

Ο σημαντικότερος ανασταλτικός παράγοντας στην οικονομική ανάπτυξη, τόσο σε ατομικό όσο και σε κοινωνικό επίπεδο, ήταν η βαριά φορολογία που οι Άγγλοι επέβαλλαν στους Κυπρίους για να εξασφαλίζουν την καταβολή στη Τουρκία ποσού 92.800 λιρών ετησίως ως «φόρο υποτελείας» σύμφωνα με τη σχετική Συνθήκη του 1878. Έτσι, όχι μόνο συνέχισαν να ισχύουν αρκετές από τις φορολογικές επιβαρύνσεις που επέβαλλε η Οθωμανική Αυτοκρατορία, αλλά πρόσθεσαν και άλλες.

Κατά την περίοδο αυτή η βασική ασχολία των κατοίκων ήταν η γεωργία, η οποία διεξαγόταν με πρωτόγονα μέσα και πανάρχαιες μεθόδους. Η συντριπτική πλειοψηφία των κατοίκων διέθετε πολύ μικρούς κλήρους με εισοδηματικά αποτελέσματα εντελώς δυσανάλογα με τις ανάγκες διαβίωσης τους. Η κατάσταση επιδειωνόταν όταν οι κλιματολογικές συνθήκες δεν ήταν ευνοϊκές, οπότε οι φτωχοί αγρότες ήταν υποχρεωμένοι να προσφεύγουν στους τοκογλύφους και τους εμπόρους της εποχής εκείνης. Το φαινόμενο της αναγκαστικής πώλησης γαιών, σπιτιών και ζώων για εξόφληση δανείων ήταν συνηθισμένο.

Ο πλούτος του τόπου, τόσο σε κεφάλαια, όσο και σε γεωργικούς κλήρους, ήταν συσσωρευμένος σε μικρό αριθμό ατόμων, τα οποία διαδραμάτιζαν το ρόλο του δανειστή - τοκογλύφου και το ρόλο του εμπόρου. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι περισσότεροι γεωργοί να μετατραπούν σε «γεωργικούς εργάτες», δηλαδή άτομα που

εργάζονταν στα κτήματα των μεγαλοϊδιοκτητών, όπου οι συνθήκες εργασίας τους ήταν άθλιες και η αμοιβή τους ελάχιστη σε σχέση με την εργασία που προσέφεραν.

Στα τέλη του 19ου αιώνα παρουσιάστηκε κάποια ανάπτυξη στον τομέα της βιοτεχνίας και κυρίως στην υφαντουργία, στη χαλκουργία, στην κατασκευή οικιακών ειδών και στην υποδηματοποιία. Οι δομές όμως και οι μηχανισμοί του κοινωνικού συστήματος ήταν τέτοιοι που δεν επέτρεπαν τη διαφοροποίηση της θέσης των γεωργών και των γεωργικών εργατών.

Η είσοδος της Κύπρου στον εικοστό αιώνα δεν διαφοροποίησε τις επικρατούσες συνθήκες. Η οικονομική κατάσταση των γεωργών, που ξεπερνούσαν το 80% του πληθυσμού, παρέμεινε άθλια και η κοινωνική τους θέση έντονα υποβαθμισμένη. Το τοκογλυφικό σύστημα δανειοδότησης των γεωργών στα πλαίσια του οποίου ο δανειστής εκμεταλλευόταν παράνομα και όσο το δυνατό περισσότερο το δανειολήπτη, άκμασε ακόμη περισσότερο και εφαρμόστηκε για αρκετές ακόμη δεκαετίες. Ο Κύπριος γεωργός ήταν, κατά κανόνα, πτωχός και χρεωμένος αφού το αγροτικό εισόδημα εξαρτιόταν απόλυτα από τις καιρικές συνθήκες και συνήθως επηρεαζόταν αρνητικά από τις ανομβρίες που σε πολλές φορές ήταν παρατεταμένες και καταστροφικές, οι συχνές διακυμάνσεις των τιμών των αγροτικών προϊόντων συνήθως έπλητταν την οικονομική θέση των γεωργών γιατί οι ίδιοι δεν διέθεταν ούτε τις στοιχειώδεις γνώσεις ούτε τις οικονομικές δυνατότητες για να τις χειριστούν προς όφελός τους, οι πολύ μικροί κλήροι των γεωργών και η μεγάλη διασπορά τους δεν επέτρεπαν τη συστηματική αξιοποίησή τους, ενώ το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και ο αναλφαβητισμός, που κυριαρχούσαν, κρατούσαν τους γεωργούς προσκολλημένους στις πρωτόγονες καλλιεργητικές μεθόδους δυσκολεύοντας έτσι ακόμη περισσότερο τη κατάσταση (Phylaktis 1995).

Κάτω από τις συνθήκες αυτές, ο γεωργός συχνά ήταν υποχρεωμένος να συνάπτει δάνεια για να ανταποκριθεί στις απαιτούμενες καθημερινές του ανάγκες. Η μόνη πηγή χρηματοδότησης που υπήρχε ήταν οι τοκογλύφοι, στους οποίους ο αγρότης συχνά κατέφευγε. Οι τοκογλύφοι βρισκόμενοι σε θέση ισχύος, επέβαλλαν στο δανειζόμενο τους όρους που επιθυμούσαν οι οποίοι ήταν τόσο επαχθείς, που κατά κανόνα οδηγούσαν το δανειζόμενο στη χρεοκοπία και στην απώλεια της περιουσίας του (Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών 2003).

1.1.2 Η Συνεργατική Κίνηση στο Λευκόνοικο

Ενώ στις χώρες της Ευρώπης, κατά το δεύτερο μισό του 9ου αιώνα, η συνεργατική δραστηριότητα είχε μεγάλες διαστάσεις, στη Κύπρο οι πρώτες συνεργατικές κινήσεις εκδηλώθηκαν κατά την πρώτη δεκαετία του 20ου αιώνα.

Το 1904, ο τότε Διευθυντής Γεωργίας W.Bevan δημοσίευσε μια μελέτη με τίτλο «Γεωργικές Τράπεζες» (Raiffeisen) στην οποία περιέγραφε τη δραστηριότητα των αγροτικών τραπεζών που ιδρύθηκαν σε πολλές χώρες της Ευρώπης με βάση τις αρχές που διατύπωσε το 1866 ο Γερμανός Ραιφαίζεν στο βιβλίο του «Οι πιστωτικοί συνεταιρισμοί ως μέσο καταπολέμησης της αθλιότητας των αγροτικών μαζών». Ο Bevan πέρα από την πληροφόρηση, στόχευε να κεντρίσει το ενδιαφέρον των αγροτικών μαζών για να προχωρήσουν στην ίδρυση συνεργατικών εταιρειών. Μάλιστα επισκέφθηκε ο ίδιος διάφορα μέρη της Κύπρου, όπου παρουσίασε και ανέλυσε το περιεχόμενο της μελέτης του, καταβάλλοντας ενθουσιώδεις προσπάθειες με στόχο να εμφυτέψει στη συνείδηση των γεωργών τις συνεργατικές αξίες.

Παρά τη μεγάλη απήχηση που είχαν οι απόψεις του Bevan, οι προσπάθειες του δεν οδήγησαν σε κανένα ουσιαστικό αποτέλεσμα και οι πρώτες εταιρείες, που πρόχειρα συγκροτήθηκαν, σύντομα διαλύθηκαν. Οι λόγοι της αποτυχίας του συμπίπτουν αρκετά με τους λόγους που οδήγησαν στη καθυστέρηση της εφαρμογής του συνεργατικού θεσμού στην Κύπρο. Πιο συγκεκριμένα αφορούσε το γεγονός ότι δεν μπορούσαν να εξασφαλιστούν εύκολα τα πρώτα κεφάλαια με τα οποία θα άρχιζε η συνεργατική δραστηριότητα, λόγω του τοκογλυφικού συστήματος επικρατούσαν η απογοήτευση και η μοιρολατρία με αποτέλεσμα την απώλεια της αυτοπεποίθησης των αγροτών και την έλλειψη από μέρους τους της ανάλογης διάθεσης για προώθηση οποιωνδήποτε μέτρων, τα οποία θα διατάρασσαν την «κοινωνική τάξη» που τότε επικρατούσε, ο φόβος των αγροτών τους έκανε επιφυλακτικούς στο να προβαίνουν σε ενέργειες που θα ήταν ή θα ερμηνεύονταν ως πράξεις αντίθετες με τα συμφέροντα των τοκογλύφων, ο αναλφαβητισμός και η αμάθεια που επικρατούσαν, καθιστούσαν δύσκολη την κατανόηση της συνεργατικής θεωρίας και πρακτικής, ενώ παράλληλα η έλλειψη μορφωμένων στελεχών μεταξύ των αγροτών, δυσκόλευε ακόμη περισσότερο τη διάδοσή τους, η τότε αποικιοκρατική κυβέρνηση ήταν απρόθυμη να βοηθήσει τον αγροτικό κόσμο και συντάχθηκε με τα συμφέροντα του οικονομικού κατεστημένου της εποχής εκείνης και τέλος η γεωγραφική θέση της Κύπρου, σε συνάρτηση με τα μέσα επικοινωνίας που υπήρχαν, καθιστούσαν στους Κύπριους αδύνατη την

παρακολούθηση των κοινωνικών και οικονομικών εξελίξεων που συντελούνταν στη Ευρώπη (Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών 2003).

1.1.3 Οι πρώτες συνεργατικές προσπάθειες στη Κύπρο

Το τοκογλυφικό σύστημα, το οποίο αποτελούσε ένα από τους άξονες του οικονομικού και κοινωνικού συστήματος, κυριαρχούσε σε ολόκληρη την Κύπρο με ιδιαίτερα σκληρές επιπτώσεις στους κατοίκους των κοινοτήτων της υπαίθρου, οι οποίοι είχαν ως βασική απασχόληση τη γεωργία. Για το λόγο αυτό η εμφάνιση των πρώτων συνεργατικών κινήσεων αλλά και η ίδρυση των πρώτων συνεργατικών εταιρειών είναι στην ύπαιθρο και όχι στις πόλεις, όπου το βιοτικό επίπεδο ήταν συγκριτικά υψηλότερο και η εξασφάλιση των μέσων διαβίωσης ευκολότερη (Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών 2003).

Η πρώτη Συνεργατική Εταιρεία, η οποία είχε άρτια οργάνωση και μεγάλη διάρκεια, συστάθηκε το Νοέμβριο του 1909 με την ίδρυση της «Χωρικής Τράπεζας Λευκονοίκου». Ήδη όμως, από τον Απρίλιο του 1909, είχε ιδρυθεί στην ίδια κοινότητα το Ταμιευτήριο Λευκονοίκου κατά τα πρότυπα του Ταμιευτηρίου Λευκωσίας, το οποίο μετεξελίχθηκε στη συνέχεια στη σημερινή Τράπεζα Κύπρου, για την οποία αναφορά θα γίνει πιο κάτω. Ο σκοπός του Ταμιευτηρίου Λευκονοίκου ήταν η ικανοποίηση των δανειοληπτικών αναγκών των κατοίκων της Κοινότητας και των κατοίκων της γύρω περιοχής με ευνοϊκούς όρους. Οι ιδρυτές και οι διαχειριστές του Ταμιευτηρίου ήταν τα ίδια πρόσωπα, τα οποία λίγους μήνες αργότερα ίδρυσαν τη «Χωρική Τράπεζα Λευκονοίκου» σύμφωνα με τη φιλοσοφία και τις ιδέες του Ραιφφάιζεν. Ιδιαίτερα σημαντική η δράση του Ιωάννη Οικονομίδη, διευθυντή του Ταμιευτηρίου Λευκωσίας και του Μάρκου Χαραλάμπους (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Το Ταμιευτήριο Λευκονοίκου, περιβλήθηκε με την αγάπη και την εμπιστοσύνη των προκρίτων της κοινότητας και παρά το περιορισμένο μέγεθος του και τα προβλήματα που είχε να αντιμετωπίσει στα αρχικά στάδια του, κατόρθωσε με την εργασία του και τη συστηματική δουλειά εκείνων που το στήριζαν να διαλύσει ταχύτατα τους φόβους, την καχυποψία και τη δυσπιστία του αγροτικού κόσμου και να προετοιμάσει το έδαφος για την ίδρυση, ύστερα από λίγους μήνες, της Χωρικής Τράπεζας. Σωστά λοιπόν θεωρείται ότι το Ταμιευτήριο αποτέλεσε τον πρόδρομο της

ίδρυσης της πρώτης οργανωμένης συνεργατικής εταιρείας και επομένως ολόκληρης της συνεργατικής κίνησης του τόπου.

Η επιτυχής ίδρυση της Χωρικής Τράπεζας Λευκονοίκου, η ομαλή και αποτελεσματική λειτουργία της και η καλή φήμη που απέκτησε, επηρέασαν γενικότερα το κοινωνικό σύστημα και οδήγησαν σε αλλαγές που ωφέλησαν τον αγροτικό πληθυσμό και την κοινωνία γενικότερα. Η πρώτη αλλαγή ήταν η κατάρρευση του μύθου που καλλιεργούσε η άρχουσα τάξη ότι οι γεωργοί διακατέχονταν μόνο από έντονο ατομικισμό και δεν μπορούσαν να αναλάβουν συλλογική δραστηριότητα. Δεύτερη αλλαγή ήταν το ρήγμα που επήλθε στον ιστό του κοινωνικού συστήματος, όπου η Χωρική Τράπεζα έδωσε το εναρκτήριο λάκτισμα. Οι αγρότες άρχισαν σταδιακά να αφυπνίζονται, να εγκαταλείπουν τη μοιρολατρική προσέγγιση της ζωής και να αναπτύσσουν πρωτοβουλίες ανάλογες με εκείνη του Λευκονοίκου. Η αντίστροφη μέτρηση για το τοκογλυφικό σύστημα είχε ήδη αρχίσει και εκείνο που έμενε ήταν ο χρόνος που θα οδηγούσε στην κατάρρευσή του. Στη συνέχεια, αφού οι συνθήκες ωρίμασαν και οι γεωργοί απέδειξαν το απόθεμα των ψυχικών δυνάμεων που διέθεταν, η αποικιοκρατική πολιτική απέναντι στο κοινωνικό σύστημα και ειδικότερα απέναντι στις συνεργατικές εταιρείες διαφοροποιήθηκε.

1.2 Σημαντικοί σταθμοί στην ιστορία του Συνεργατικού Κινήματος

Η παρουσία του Συνεργατισμού στην Κύπρο χρονολογείται από τις αρχές του εικοστού αιώνα. Η πρώτη Συνεργατική Εταιρεία όπως έχει ήδη αναφερθεί συστάθηκε το 1909 με την ίδρυση της «Χωρικής Τράπεζας Λευκονοίκου». Το 1914 το Νομοθετικό Σώμα ψήφισε το Νόμο 13 «περί Συνεργατικών Πιστωτικών Εταιρειών». Παρά τη θέσπιση του Νόμου, η ανάπτυξη του Συνεργατισμού τα επόμενα χρόνια υπήρξε περιορισμένη αφού η έλλειψη των πρώτων κεφαλαίων και η απουσία προσώπων με επαρκή μόρφωση ήταν τα κύρια προβλήματα που εμπόδιζαν την ίδρυση Συνεργατικών Εταιρειών. Το 1923 τέθηκε σε ισχύ ξεχωριστός νόμος ο οποίος προέβλεπε την ίδρυση Συνεργατικών Εταιρειών μη πιστωτικού χαρακτήρα. Επίσης την ίδια περίοδο, η αποικιοκρατική κυβέρνηση παραχώρησε στις Συνεργατικές Εταιρείες, μέσω του Δανειστικού Ταμείου, δάνεια συνολικού ύψους £20.000 για να βοηθήσει στην ανάπτυξη του θεσμού.

Το 1925, η κυβέρνηση, με στόχο την αντιμετώπιση των οικονομικών προβλημάτων που δημιουργήθηκαν λόγω του πρώτου παγκοσμίου πολέμου, ίδρυσε

τη Γεωργική Τράπεζα σκοπός της οποίας ήταν η παραχώρηση μακροπρόθεσμων πιστώσεων προς τους γεωργούς. Τα δάνεια αυτά παραχωρούνταν μέσω των Συνεργατικών Εταιρειών έναντι υποθήκης η οποία εγγραφόταν στο όνομα της Εταιρείας και μεταβιβαζόταν αμέσως στη Γεωργική Τράπεζα.

Παρόλο που η Γεωργική Τράπεζα, κατά γενική εκτίμηση, δεν μπόρεσε να πετύχει τους σκοπούς για τους οποίους ιδρύθηκε, εντούτοις επηρέασε πολύ θετικά την επέκταση του Συνεργατικού Κινήματος στη Κύπρο. Η παρεμβολή των Συνεργατικών Εταιρειών στη δανειοδοτική διαδικασία, ώθησε τους κατοίκους των κοινοτήτων να προχωρήσουν στην ίδρυση Συνεργατικών Εταιρειών με αποτέλεσμα το 1935 ο αριθμός των Εταιρειών να ανέλθει σε 273 από 24 που ήταν το 1924.

Μέχρι το 1936 δεν υπήρχε κυβερνητικό τμήμα το οποίο να ασχολείται με τα συνεργατικά θέματα. Το 1935 διορίστηκε ο πρώτος Έφορος και το 1936 ιδρύθηκε το Τμήμα Συνεργατικής Ανάπτυξης το οποίο διαδραμάτισε αποφασιστικό ρόλο στη διάδοση των Συνεργατικών Αρχών και την ανάπτυξη του Συνεργατισμού στη Κύπρο.

Το 1937 ιδρύθηκε η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα σκοπός της οποίας ήταν η δημιουργία κεφαλαίων του Συνεργατικού Κινήματος και η αυτοχρηματοδότησή του. Η Τράπεζα δεχόταν ως καταθέσεις τα πλεονάσματα των εύπορων Συνεργατικών Εταιρειών και παραχωρούσε στις πτωχότερες δάνεια με ευνοϊκούς όρους τα οποία οι Συνεργατικές στη συνέχεια παραχωρούσαν στα μέλη τους υπό μορφή βραχυπρόθεσμων πιστώσεων. Πέραν από την αποδοχή καταθέσεων και τη χορήγηση δανείων, η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα προμήθευε τους αγρότες με διάφορα γεωργικά χρειώδη, ενεργούσε ως αντιπρόσωπος της κυβέρνησης για τη χρηματοδότηση διαφόρων αναπτυξιακών γεωργικών προγραμμάτων κλπ, εργασίες οι οποίες διεξάγονται μέχρι σήμερα.

Κατά την περίοδο 1936-1974 ο Συνεργατισμός στη Κύπρο είχε γνωρίσει μεγάλη ανάπτυξη. Η τουρκική εισβολή όμως επέφερε μεγάλο πλήγμα στις Συνεργατικές Εταιρείες και γενικά στην οικονομία της Κύπρου. Το Κίνημα, στην προσπάθεια του να βοηθήσει στην επαναδραστηριοποίηση και απασχόληση των εκτοπισθέντων, προχώρησε στην ίδρυση νέων μεγάλων Συνεργατικών Εταιρειών στον τομέα της βιομηχανίας και στην επαναδραστηριοποίηση υφιστάμενων. Δυστυχώς η ενέργεια αυτή απέτυχε με αποτέλεσμα να επέλθει σοβαρή οικονομική

κρίση στο Κίνημα και στις αρχές του 1980 οι εταιρείες αυτές τέθηκαν υπό εκκαθάριση.

Παρόλα όμως από τα γεγονότα αυτά, το Συνεργατικό Κίνημα της Κύπρου επιβίωσε και σήμερα θεωρείται ένα από τα πλέον δυνατά και καλά οργανωμένα Συνεργατικά Κινήματα στο κόσμο. Η ανάπτυξη του αναμένεται ότι θα συνεχισθεί και μετά την ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση αφού διαθέτει τη δυναμικότητα για να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις αλλά και τις ευκαιρίες που θα παρουσιασθούν.

Οι τομείς στους οποίους το Συνεργατικό Κίνημα δραστηριοποιείται σήμερα έχουν διαμορφωθεί διαχρονικό ανάλογο με τις ανάγκες των μελών του και της κοινωνίας ευρύτερα. Στην αρχή της ίδρυσης του, το Συνεργατικό Κίνημα ασχολήθηκε σχεδόν αποκλειστικό με την αγροτική πίστη και την προστασία του αγροτικού εισοδήματος. Για το λόγο αυτό, οι πρώτες συνεργατικές εταιρείες δημιουργήθηκαν στην ύπαιθρο και είχαν πιστωτικό χαρακτήρα.

Σταδιακά και αφού ο συνεργατικός θεσμός με την εφαρμογή του στον πιστωτικό τομέα επέφερε πολύ θετικό αποτελέσματα, θεωρήθηκε ότι η συνεργατική οργάνωση θα μπορούσε να αντιμετωπίσει με την ίδια επιτυχία τα προβλήματα που παρουσιάζονταν σε διάφορους άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας. Με την πάροδο του χρόνου ιδρύθηκαν διάφορες συνεργατικές εταιρείες ποικίλων δραστηριοτήτων για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες του πληθυσμού, είτε σε τοπικό είτε σε παγκύπριο επίπεδο και διαμορφώθηκαν έτσι οι τομείς δραστηριότητας του Συνεργατικού Κινήματος.

Η συνεργατική δραστηριότητα διαχωρίζεται σήμερα στους ακόλουθους πέντε τομείς : (α) Πιστωτικός Τομέας (τραπεζικός), (β) Καταναλωτικός Τομέας, (γ) Τομέας εμπορίας γεωργικών προϊόντων, (δ) Τομέας μεταποίησης και (ε) Τομέας Υπηρεσιών. Στον Πίνακα 1 που ακολουθεί παρουσιάζεται ο αριθμός και το ποσοστό των Συνεργατικών Εταιρειών κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας.

Πίνακας 1 Αριθμός και Ποσοστό Συνεργατικών Εταιρειών κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας

Τομέας Οικονομικής Δραστηριότητας	Αριθμός Συνεργατικών Εταιρειών				Ποσοστό %			
	1999	2000	2001	2002	1999	2000	2001	2002
Πιστωτικός	359	360	363	363	76,2	76,4	77,3	77,8
Καταναλωτικός	50	48	42	41	10,6	10,2	8,9	8,8
Εμπορίας Γεωργ. Προϊόντων	29	30	31	29	6,2	6,4	6,6	6,2
Μεταποίησης	15	15	15	15	3,2	3,2	3,2	3,2
Υπηρεσιών	17	17	18	18	3,6	3,6	3,8	3,8
Ασφαλιστικός	1	1	1	1	0,2	0,2	0,2	0,2
ΣΥΝΟΛΟ	471	471	470	467	100	100	100	100

Πηγή: <http://www.cssda.gov.cy>

Στον Πιστωτικό Τομέα υπάγονται οι συνεργατικές εταιρείες που ασχολούνται με τραπεζικής φύσεως εργασίες και κυρίως με την αποδοχή καταθέσεων και την παραχώρηση δανείων. Οι εταιρείες αυτές διακρίνονται στις συνεργατικές πιστωτικές εταιρείες, στις οποίες η ευθύνη των μελών είναι απεριόριστη και στα συνεργατικά ταμειευτήρια, όπου η ευθύνη των μελών είναι περιορισμένη. Τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα προσφέρουν τραπεζικές υπηρεσίες σε όλη την ελεύθερη κυπριακή επικράτεια και δραστηριοποιούνται τόσο στην ύπαιθρο όσο και στις πόλεις.

Ο Συνεργατικός Πιστωτικός Τομέας αποτελεί το πλέον εύρωστο τμήμα του Συνεργατικού Κινήματος. Η ευρωστία του τομέα εκφράζεται κυρίως με τη ραγδαία αύξηση των καταθέσεων, την οικονομική δυνατότητα των εταιρειών που τον αποτελούν να ανταποκρίνονται με άνεση στις δανειοληπτικές ανάγκες των μελών τους, καθώς και με τη συνεχή βελτίωση των αποθεματικών κεφαλαίων και της κεφαλαιουχικής τους βάσης (Πίνακας 2).

Πίνακας 2 Συνεργατικές Εταιρείες Πιστωτικού Τομέα

ΣΥΝΕΡΓΑΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ	Αριθμός				
	1998	1999	2000	2001	2002
Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες	297	296	296	296	296
Συνεργατικά Ταμειευτήρια	63	62	63	66	66
Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα Ατδ	1	1	1	1	1
ΣΥΝΟΛΟ	361	359	360	363	363

Πηγή: <http://www.cssda.gov.cy>

Η συνεχής ανάπτυξη των Συνεργατικών Εταιρειών, η βελτίωση, επέκταση και αναβάθμιση των υπηρεσιών που προσφέρουν στους τομείς των δραστηριοτήτων τους και η δημιουργία του κατάλληλου θεσμικού και οργανωτικού πλαισίου για την προσαρμογή τους στο νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον, αποτελούν τους βασικούς στόχους της πολιτικής του Τμήματος Συνεργατικής Ανάπτυξης.

Κατά το 2001 το Συνεργατικό Κίνημα διαμόρφωσε την τελική του θέση όσον αφορά την εναρμόνιση του Συνεργατικού Πιστωτικού Τομέα με το Κοινοτικό Κεκτημένο και υπέβαλε σχετική εισήγηση προς την Κυπριακή Κυβέρνηση. Η Κυβέρνηση υιοθετώντας την εισήγηση του Συνεργατικού Κινήματος υπέβαλε προς την Ευρωπαϊκή Ένωση τον Μάρτιο του 2001 την επίσημη της θέση, η οποία έγινε αποδεκτή από την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Με την υποβολή της θέσης της Κυπριακής Κυβέρνησης και την αποδοχή της από την Ευρωπαϊκή Ένωση τέθηκαν οι βάσεις για την έναρξη των απαιτούμενων μεταρρυθμίσεων προκειμένου ο Συνεργατικός Πιστωτικός Τομέας να εναρμονισθεί με το Κοινοτικό Κεκτημένο και παράλληλα να εκσυγχρονισθεί.

Με βάση τα συμφωνηθέντα μεταξύ της Κύπρου και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η εναρμόνιση του Συνεργατικού Πιστωτικού Τομέα με το Κοινοτικό Κεκτημένο βρίσκεται σε εξέλιξη και πραγματοποιείται βάσει ενός συγκεκριμένου Σχεδίου Δράσης που περιλαμβάνει τους ακόλουθους στόχους (Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών 2003):

- Δημιουργία του αναγκαίου θεσμικού πλαισίου, ενόψει των υποχρεώσεων που έχουν αναληφθεί λόγω της πορείας της Κύπρου προς την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Προώθηση μέτρων για εγκαθίδρυση και λειτουργία του αναγκαίου εποπτικού συστήματος στο Συνεργατικό Πιστωτικό Τομέα, όπως προβλέπουν οι σχετικές Κοινοτικές Οδηγίες.
- Μηχανογράφηση των λειτουργιών και δραστηριοτήτων του Τμήματος Συνεργατικής Ανάπτυξης (ΤΣΑ) για πιο αποτελεσματική λειτουργία και βελτίωση της εποπτείας που ασκεί. □
- Προώθηση της εκπαίδευσης του προσωπικού του ΤΣΑ και των Συνεργατικών Πιστωτικών Εταιρειών και Ταμιευτηρίων (ΣΠΕΤ), για να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις.

- Συνέχιση των προσπαθειών για εγκαθίδρυση και λειτουργία του «Κεντρικού Φορέα» με το οποίο θα συνδεθούν οι ΣΠΕΤ που δεν θα μπορέσουν από μόνες τους να πληρούν όλες τις απαιτήσεις της Κοινοτικής Οδηγίας 2000/12/ΕΚ ή που θα επιθυμούν να συμμετέχουν στις διευθετήσεις σύνδεσης παρά το ότι θα πληρούν τα σχετικά κριτήρια.
- Εκσυγχρονισμός των ΣΠΕΤ για προσαρμογή με το Κοινοτικό Κεκτημένο, μέσω διαρθρωτικών και οργανωτικών μεταρρυθμίσεων, περιλαμβανομένων συγχωνεύσεων και άλλων σχηματισμών ή ομαδοποιήσεων σε γεωγραφική ή λειτουργική βάση. □
- Ορθολογική και τεχνολογική αναβάθμιση των δραστηριοτήτων των ΣΠΕΤ, ιδιαίτερα στην περίπτωση ΣΠΕΤ μικρού μεγέθους, που θα βοηθήσει στην απόκτηση του «αναγκαίου εκτοπίσματος» (critical mass) και κατ'επέκταση, στη βελτίωση της διοικητικής και λειτουργικής αποδοτικότητάς τους.
- Αναδιοργάνωση και αναβάθμιση του ΤΣΑ, για ενίσχυση της διοικητικής και εποπτικής του ικανότητας.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει παραχωρήσει προς τα Συνεργατικά Πιστωτικά Ιδρύματα (ΣΠΙ) μεταβατική περίοδο μέχρι το τέλος του 2007 για πλήρη συμμόρφωση με το Κοινοτικό Κεκτημένο.

Σε συνεργασία με το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού, το Τμήμα Συνεργατικής Ανάπτυξης και το Συνεργατικό Κίνημα καταβάλλουν τεράστιες προσπάθειες ώστε να φέρουν εις πέρας με επιτυχία το τεράστιο έργο της εναρμόνισης και να προωθήσουν το περαιτέρω εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη του Συνεργατικού Θεσμού στη Κύπρο (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Η νέα περί συνεργατικών εταιρειών νομοθεσία, στα πλαίσια της οποίας το Συνεργατικό Κίνημα εναρμονίζεται με το κοινοτικό κεκτημένο, δίδει στην Κεντρική Συνεργατική Τράπεζα το ρόλο του κεντρικού φορέα. Η ανάθεση του ρόλου αυτού στην Τράπεζα αποτελεί μια από τις σημαντικότερες καινοτομίες που περιέχει η εναρμονιστική νομοθεσία που τέθηκε σε ισχύ από το τέλος Ιουλίου 2003. Στον κεντρικό φορέα θα ενταχθούν όλα τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα τα οποία δεν πληρούν τα απαιτούμενα κριτήρια που προβλέπονται από τις σχετικές οδηγίες της

Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα που πληρούν τα απαιτούμενα κριτήρια αλλά δεν επιθυμούν από μόνα τους να ακολουθήσουν αυτόνομη πορεία και να λειτουργήσουν στην πραγματικότητα ως αυτοτελείς τραπεζικές μονάδες. Λεπτομέρειες για το ρόλο και τη λειτουργία της Κεντρικής Συνεργατικής Τράπεζας καταγράφονται στην ενότητα που ακολουθεί.

1.3 Η Κεντρική Συνεργατική Τράπεζα

Η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα Λτδ (ΣΚΤ) ιδρύθηκε το 1937 σύμφωνα με τους περί Συνεργατικών Εταιρειών Νόμους και Κανονισμούς με κύριο σκοπό την παροχή τραπεζικών και άλλων συναφών υπηρεσιών στις εταιρείες – μέλη που αποτελούν την σπονδυλική στήλη της αγροτικής κοινότητας της Κύπρου. Με την πάροδο του χρόνου η Τράπεζα αναγνώρισε την ανάγκη να επεκτείνει και να διευρύνει τις δραστηριότητές της και είναι σήμερα σε θέση να παρέχει πλήρες φάσμα υπηρεσιών που προσφέρονται συνήθως από αγροτικές τράπεζες. Η ίδρυση της Τράπεζας αποτέλεσε σπουδαίο γεγονός και σημαντικό σταθμό στην ανάπτυξη του Συνεργατικού Κινήματος και έχει αποδειχθεί το κύριο μέσο για την εξάλειψη της τότε διαδεδομένης τοκογλυφίας και εκμετάλλευσης των αγροτών. Η πρόοδός της υπήρξε ταχεία και η επιτυχία της ξεπέρασε τις προσδοκίες των πρωτοπόρων του Συνεργατικού Κινήματος.

Με την υποστήριξη των υφιστάμενων καθώς και των νεοϊδρυθέντων Συνεργατικών Εταιρειών η Τράπεζα έχει επίσης συμβάλει στην εδραίωση της ιδέας της αποταμίευσης. Ο αριθμός των μελών των Συνεργατικών Πιστωτικών Εταιρειών, αυξήθηκε σταθερά και οι πρωτοπόροι της αποταμίευσης πέτυχαν σε σημείο που σήμερα το Κυπριακό Συνεργατικό Κίνημα, αποτελεί ένα εξαιρετικό παράδειγμα επίτευξης αυτοχρηματοδότησης μέσω της συγχώνευσης αγροτικών αποταμιεύσεων. Σχεδόν κάθε χωριό στις ελεύθερες περιοχές της Κύπρου, έχει τη δική του Συνεργατική Εταιρεία. Η ιδέα της επίτευξης αυτοχρηματοδότησης μέσω αποταμιεύσεων, επεκτάθηκε βαθμιαία στις πόλεις και στις σχετικά πιο ευημερούσες τάξεις του πληθυσμού. Η πρόοδος της Τράπεζας καταδεικνύει τι μπορεί να επιτευχθεί μέσω της αυτοβοήθειας και της αλληλοβοήθειας.

Όσον αφορά τους μέτοχους της Τράπεζας, αυτοί είναι αποκλειστικά Συνεργατικές Εταιρείες εγγεγραμμένες σύμφωνα με τους περί Συνεργατικών Εταιρειών Νόμους και Κανονισμούς. Σήμερα μέλη της Τράπεζας είναι 490, που

διαχωρίζονται σε 428 Πιστωτικές Εταιρείες και Ταμειυτήρια, 363 δραστηριοποιημένα και 63 μη δραστηριοποιημένα λόγω της τούρκικης κατοχής, και 62 μη-πιστωτικές Συνεργατικές Εταιρείες.

Στη συνέχεια παρατίθεται ο Πίνακας 3, στον οποίο φαίνεται ο αριθμός των Εταιρειών που ήταν εγγεγραμμένες την 31/12/1990, 31/12/1998, 31/12/1999, 31/12/2000, 31/12/2001 και 31/12/2002 και λειτουργούσαν στις ελεύθερες περιοχές, συμπεριλαμβανομένου του αριθμού των 19 επαναδραστηριοποιηθέντων Συνεργατικών Εταιρειών.

Πίνακας 3 Αριθμός Συνεργατικών Εταιρειών

Επαρχία	1990	1998	1999	2000	2001	2002
Λευκωσίας	168	156	152	152	152	152
Λεμεσού	147	142	142	142	141	140
Πάφου	103	101	101	102	101	99
Λάρνακας	55	54	54	53	53	53
Αμμοχώστου	23	20	20	20	21	21
Κερύνειας	2	2	2	2	2	2
ΣΥΝΟΛΟ	498	475	471	471	470	467

Πηγή: <http://www.cssda.gov.cy>

Η Τράπεζα ελέγχεται από την Γενική Συνέλευση των Εταιρειών-Μελών, που ασκούν το δικαίωμα ψήφου τους βάσει της αρχής «ένα μέλος, μία ψήφος» και φροντίζουν για όλα τα θέματα διοίκησης και διαχείρισης, σύμφωνα με τους Εσωτερικούς Κανονισμούς της Τράπεζας. Διοικείται από επταμελές Συμβούλιο που εκλέγεται σε έκτακτη γενική συνέλευση μεταξύ των αντιπροσώπων των εταιρειών-μελών για περίοδο τριών ετών. Το Συμβούλιο είναι που διορίζει τον Γενικό Διευθυντή του οποίου οι εξουσίες και τα καθήκοντα καθορίζονται από το Νόμο και τους Κανονισμούς της Τράπεζας, ενώ ο Γενικός Διευθυντής βοηθούμενος από την ανώτερη διεύθυνση, εποπτεύει την άσκηση των εργασιών και υποβάλλει αναφορές στο Συμβούλιο πάνω σε τακτική βάση. Η Ετήσια Γενική Συνέλευση των μελών είναι το ανώτατο διοικητικό σώμα της Τράπεζας.

Η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα (ΣΚΤ) είναι η κορυφή της πυραμίδας του Συνεργατικού Κινήματος. Είναι οργανισμός που δεν έχει ως κίνητρο το κέρδος αλλά έχει ως μοναδικό σκοπό την εξυπηρέτηση των μελών του για να μπορούν να

αντιμετωπίζουν τις ανάγκες τους με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Ενεργεί ως «τελικός δανειστής στον οποίο καταφεύγουν» οι Συνεργατικές – μέλη που βρίσκονται σε ανάγκη. Ο δανεισμός από την ΣΚΤ δεν είναι συχνός και εν πάσει περιπτώσει τέτοιες διευκολύνσεις είναι εποχιακές και βραχυπρόθεσμες. Ως εκ τούτου, η μεγάλη πλειονότητα των Συνεργατικών Πιστωτικών Εταιρειών διατηρούν καταθέσεις ρευστών διαθεσίμων στην Τράπεζα σχεδόν σε συνεχή βάση. Συνεπώς, μέσω του εκτεταμένου δικτύου Συνεργατικών, το Συνεργατικό Τραπεζικό Σύστημα, είναι σε θέση να αντλεί αρκετούς πόρους, υπολογίσιμο μέρος των οποίων καταλήγει στην Τράπεζα με τρόπο που την καθιστά έτσι ικανή να εκταμιεύει το δανειοδοτικό της πρόγραμμα ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζει όπως και η δική της ρευστότητα διατηρείται στο ενδεδειγμένο επίπεδο.

Η συμβολή της Τράπεζας στην οικονομική ανάπτυξη της Κύπρου δεν πρέπει να μετριέται μόνο από την άποψη των δραστηριοτήτων της στην άντληση και συγκέντρωση κεφαλαίων και την παροχή επαρκών πιστώσεων στο Συνεργατικό Κίνημα. Λόγω της θέσης της έχει αναλάβει ένα ευρύτερο ρόλο από εκείνον του συντονισμού των ροών ρευστών διαθεσίμων και πιστώσεων. Η Τράπεζα φέρνει στην προσοχή τους τρέχοντα οικονομικά προβλήματα, εντοπίζει ειδικές συνθήκες μέσα στην Χρηματαγορά και τα ενημερώνει πάνω σε τρέχουσες επιχειρηματικές τάσεις στα Συνεργατικά Κινήματα άλλων χωρών. Πολιτικές και πρακτικές που ακολουθούνται από ανταγωνιστικές Εμπορικές Τράπεζες αποτελούν θέμα τακτικών διαβουλεύσεων, που στοχεύουν στην διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και του μεριδίου της αγοράς του Κινήματος που ανέρχεται σε περίπου 32% του συνόλου των καταθέσεων σε τοπικό νόμισμα (κυπριακή λίρα).

Η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα (ΣΚΤ) απολαμβάνει επίσης προνόμια συμψηφισμού διατραπεζικών πληρωμών ως μέλος του Κυπριακού Γραφείου Συμψηφισμού (ΚΓΣ), που λειτουργεί στην Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου. Στο ΚΓΣ η Τράπεζα είναι εξουσιοδοτημένη να ενεργεί ως αντιπρόσωπος των Συνεργατικών Πιστωτικών Εταιρειών που είναι μέλη της.

Το Κυπριακό Συνεργατικό Κίνημα, σαν μέρος της αποστολής του, παίζει σημαντικό, αν και έμμεσο, ρόλο στις προσπάθειες που καταβάλλονται για την καταπολέμηση της φτώχειας. Η εξάλειψη της φτώχειας ήταν πάντα μια ιδιαίτερη έγνοια του Συνεργατικού Κινήματος που μέσω της Συνεργατικής Κεντρικής Τράπεζας και των Συνεργατικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων (ΣΠΙ) που λειτουργούν σε

χωριά καθώς και σε όλες τις κύριες πόλεις, έχει μερίδιο που αντιστοιχεί με το 1/3 περίπου των τραπεζικών δραστηριοτήτων στην Κύπρο.

Δεδομένης της αποστολής και των δραστηριοτήτων τους, η ΣΚΤ και οι Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες - μέλη της δίνουν προτεραιότητα και αφιερώνουν του πόρους στον κύριο σκοπό τους που είναι η εξυπηρέτηση των αναγκών των μελών τους. Επιδιώκοντας αυτούς τους στόχους, στα χρόνια που πέρασαν, έχουν πετύχει:

- Βελτίωση της οικονομικής, κοινωνικής και πολιτιστικής θέσης, ατόμων με περιορισμένες δυνατότητες και ευκαιρίες.
- Αύξηση της διαθεσιμότητας πόρων μέσω της ενθάρρυνσης των αποταμιεύσεων, της εξάλειψης της τοκογλυφίας, και μίας συνετής χρησιμοποίησης των πιστώσεων.
- Ανάπτυξη πληρέστερης αξιοποίησης πόρων, π.χ. στην εφαρμογή συστημάτων αγροτικών μεταρρυθμίσεων και ανάπτυξης γης με σκοπό την επέκταση της παραγωγικής χρήσης της και την προώθηση της επεξεργασίας τοπικών πρώτων υλών.
- Ανύψωση του επιπέδου των γενικών και τεχνικών γνώσεων των μελών τους και ατόμων που συνδέονται με το Συνεργατικό Κίνημα.

Η ΣΚΤ και οι Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες μέλη της αναγνωρίζονται και έχουν καθιερωθεί ως το κυριότερο όργανο για την εφαρμογή μεγάλου αριθμού κυβερνητικών σχεδίων παραχώρησης πιστώσεων. Διαθέτει αποτελεσματικούς μηχανισμούς για την διοχέτευση δανείων και για την έγκαιρη εκταμίευση τους στους αποδέκτες. Για πολλά χρόνια η Κυπριακή Κυβέρνηση, έχει χρησιμοποιήσει την οργάνωση της ΣΚΤ ως μέσο για την διοχέτευση κυβερνητικών κεφαλαίων και/ή επιχορηγήσεων, μέσω των Συνεργατικών Εταιρειών στις χιλιάδες των εκτοπισθέντων αγροτών, καθώς και για την χρηματοδότηση οικονομικά ασθενέστερων ομάδων και για προγράμματα έκτακτης ανάγκης ή ανάπτυξης στο γεωργικό τομέα.

Για μακρά σειρά ετών αυτές οι συντονισμένες προσπάθειες, ήταν πολύ επιτυχημένες, ενώ τα Συνεργατικά Πιστωτικά Ιδρύματα έχουν αποδειχθεί σημαντικοί παράγοντες για την εξάλειψη της τοκογλυφίας και της εκμετάλλευσης και συνέτειναν στην ανάπτυξη της αυτοστήριξης και της οικονομικής ανάπτυξης μεταξύ των οικονομικά ασθενέστερων στρωμάτων του πληθυσμού της νήσου. Στην Κύπρο, οι

περιπτώσεις ακραίας φτώχειας έχουν εκλείψει προ πολλού και γενικά η φτώχεια δεν αποτελεί σοβαρό κοινωνικό οικονομικό πρόβλημα.

Η ΣΚΤ που είναι εγγεγραμμένη σύμφωνα με τους περί Συνεργατικών Εταιρειών Νόμους και Θεσμούς, είναι ταυτόχρονα «τράπεζα» σύμφωνα με τους περί Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμους 2002 και του περί Τραπεζικών Εργασιών Νόμου του 1997-2004 και αναγνωρίζεται από την Κεντρική Τράπεζα Κύπρου η οποία την ελέγχει και εποπτεύει όπως τις εμπορικές τράπεζες του ιδιωτικού τομέα. Είναι εξουσιοδοτημένη να ενεργεί ως διαπραγματευτής ξένου συναλλάγματος, και βρίσκεται κάτω από την εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας, όπως συμβαίνει με όλα τα εγκεκριμένα τραπεζικά ιδρύματα στην Κύπρο. Κατά την διεκπεραίωση των εργασιών της, συμμορφώνεται με τους Κανονισμούς της Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου, στην οποία είναι υπόλογη για θέματα που αφορούν την ρευστότητα, τη δανειοδοτική πολιτική, τα επιτόκια και τις άλλες τραπεζικές δραστηριότητες της. Όπως όλα τα τραπεζικά ιδρύματα υποβάλλει στην Κεντρική Τράπεζα Κύπρου, περιοδικές καταστάσεις και αναφορές.

Παράλληλα η ΣΚΤ εποπτεύεται από την Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών (www.cssda.gov.cy).

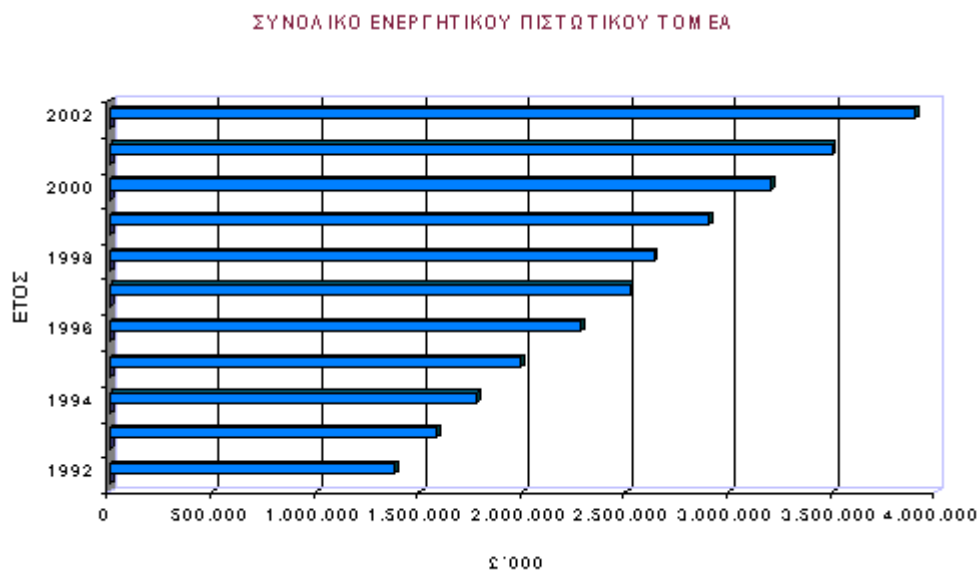
Αναφορικά με τον εξωτερικό έλεγχο των λογαριασμών της, η ΣΚΤ ελέγχεται από κοινού από τους διεθνείς ελεγκτικούς οίκους KPMG και Ernst & Young (http://www.coopbank.com.cy/genikes_plirofories.htm).

Ο κύριος άξονας του Συνεργατικού Κινήματος στην Κύπρο είναι ο Τραπεζικός Τομέας, που περιλαμβάνει όλες τις Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες, και τα Συνεργατικά Ταμειωτήρια. Μέσω αυτού του τομέα, επιτυγχάνεται η αυτοχρηματοδότηση των μελών – φυσικών προσώπων και των Συνεργατικών Ιδρυμάτων. Είναι ακριβώς γι' αυτό το λόγο που ο Τραπεζικός Τομέας του Κινήματος τυγχάνει ιδιαίτερης προσοχής και μέριμνας. Η Κεντρική Συνεργατική Τράπεζα, μαζί με τις 363 δραστηριοποιημένες Συνεργατικές Πιστωτικές Εταιρείες – μέλη της, αποτελούν τον δεύτερο μεγαλύτερο τραπεζικό όμιλο, από πλευράς των ολικών στοιχείων του ενεργητικού τους (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Το σύνολο ενεργητικού των Συνεργατικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων από το 1992 μέχρι το 2002

Έτος	£ 000
1992	1.378.700
1993	1.582.200
1994	1.776.200
1995	1.989.300
1996	2.280.500
1997	2.518.022
1998	2.633.981
1999	2.901.378
2000	3.198.521
2001	3.497.554
2002	3.901.332

Διάγραμμα 1



Πηγή: <http://www.cssda.gov.cy>

Το συνολικό ύψος των καταθέσεων που διαχειρίζεται το Συνεργατικό Κίνημα ξεπερνά τα ΛΚ4 δισεκατομύρια και αντιπροσωπεύει μερίδιο 32% του ολικού ποσού των σε κυπριακές λίρες καταθέσεων σε τραπεζικά ιδρύματα στην Κύπρο. Το ολικό ποσό των δανείων του Συνεργατικού Κινήματος ξεπερνά τα ΛΚ3,3 δισεκατομμύρια και αντιπροσωπεύει μερίδιο αγοράς 33% (<http://www.cssda.gov.cy>).

1.4 Προσδοκίες, Στρατηγικές και Στρατηγικοί Στόχοι του Συνεργατικού Κινήματος

Η ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση εισάγει το Συνεργατικό Κίνημα σε ένα εντελώς νέο κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον. Η εναρμόνιση της νομοθεσίας με το κοινοτικό κεκτημένο και η ίδρυση των διαφόρων θεσμικών οργάνων και υπηρεσιών που προβλέπονται από αυτή, αποτελούν το ένα σκέλος των προσπάθειών που επιβάλλουν οι καινούριες συνθήκες. Το άλλο σκέλος αφορά τις μεθόδους αντιμετώπισης των νέων δεδομένων κατά τρόπο που να διασφαλίζεται απόλυτα ο ανθρωποκεντρικός χαρακτήρας, η συνέχεια και η ανάπτυξη του Συνεργατικού Κινήματος μέσα στα πλαίσια που καθορίζουν οι θεσμοί της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το Συνεργατικό Κίνημα της Κύπρου ιδρύθηκε θέτοντας στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος του τον άνθρωπο, τις ανάγκες και τα προβλήματα του. Αποτελεί κοινό τόπο όλων όσων υπηρετούν το Κίνημα ότι αυτός ο προσανατολισμός, που εδράζεται στις συνεργατικές αρχές και τα συνεργατικά ιδεώδη, θα παραμείνει σταθερός και αναλλοίωτος. Οι προσδοκίες όλων είναι ότι οι προκλήσεις της ελεύθερης αγοράς της Ευρώπης, οι ευκαιρίες που προσφέρονται και οι ανταγωνισμοί που λειτουργούν, δεν θα αποπροσανατολίσουν τις συνεργατικές εταιρείες ούτε θα επηρεάσουν αρνητικά τη συνεργατική ταυτότητα τους.

Η δομή του Συνεργατικού Κινήματος, τα μέσα που διαθέτει σε υλικό και ανθρώπινο κεφάλαιο και η εμπιστοσύνη με την οποία το κοινό περιβάλλει τα συνεργατικά ιδρύματα συναποτελούν το απαιτούμενο υπόβαθρο του και εγγυώνται τη συνέχεια, τη σταθερότητα, την ανάπτυξη και τη διεύρυνση της εφαρμογής του συνεργατικού θεσμού. Με αυτά τα δεδομένα γίνεται σαφές ότι το Συνεργατικό Κίνημα είναι σε θέση να αντιμετωπίσει αποτελεσματικά όλες τις δυσκολίες και να επιλύσει όλα τα προβλήματα που ενδεχομένως παρουσιαστούν, ως επακόλουθο της εναρμόνισης του με το κοινοτικό κεκτημένο. Άλλωστε το Κίνημα έχει αποδείξει πολλές φορές ότι έχει τη δυνατότητα να διαχειρίζεται τις εκάστοτε εξελίξεις με τον καταλληλότερο τρόπο και να προσαρμόζεται σχετικά εύκολα στις μεταβολές που κατά καιρούς σημειώνονται στην κυπριακή κοινωνία.

Είναι όμως κατανοητό από όλους ότι η εναρμόνιση του Συνεργατικού Κινήματος με την ευρωπαϊκή πραγματικότητα και τους κανόνες που ρυθμίζουν τη λειτουργία της δεν είναι ούτε απλή ούτε εύκολη υπόθεση. Το Κίνημα, έχοντας

επίγνωση των δυσκολιών που υπάρχουν και χωρίς να εγκαταλείπει τους κοινωφελείς προσανατολισμούς του και τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα του, εργάζεται συστηματικά και σε όλα τα επίπεδα για να επιτύχει τους στόλους του. Γίνεται ευρύτερα αποδεχτό ότι η εργασία που συντελείται θέτει σε πλήρη αρμονία τις ευρωπαϊκές υποχρεώσεις του Κινήματος με τα καλώς νοούμενα συμφέροντα των μελών του.

Οι προσπάθειες που καταβάλλονται εντάσσονται στους ακόλουθους έξι στρατηγικούς στόχους:

- **Ανασυγκρότηση και αναδιοργάνωση των συνεργατικών εταιρειών με στόχο τη θεσμική προσαρμογή τους στην νομοθεσία που τέθηκε σε ισχύ από τις 25 Ιουλίου 2003.**

Η προώθηση του στρατηγικού αυτού στόχου προϋποθέτει την πλήρη ενημέρωση των συνεργατικών αξιωματούχων για όλες τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των συνεργατικών εταιρειών και των μελών τους που απορρέουν από τη νέα νομοθεσία. Η Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών αλλά και οι άλλοι αρμόδιοι φορείς του Συνεργατικού Κινήματος καταβάλλουν τις απαιτούμενες προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση.

- **Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των συνεργατικών εταιρειών.**

Ο στρατηγικός αυτός στόχος διαχωρίζεται σε τέσσερις επιμέρους βασικές κατευθύνσεις. Η πρώτη κατεύθυνση είναι η αναβάθμιση των υπηρεσιών και η βελτίωση της ποιότητας των αγαθών που προσφέρουν οι συνεργατικές εταιρείες και η δεύτερη είναι η συγκράτηση του κόστους παραγωγής, χωρίς αυτό να αποβαίνει σε βάρος της ποιότητας των προσφερομένων αγαθών και υπηρεσιών. Η τρίτη κατεύθυνση αφορά την ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και την επέκταση της εφαρμογής του συνεργατικού θεσμού σε νέους τομείς της οικονομικής ζωής του τόπου και η τέταρτη τη δημιουργία στρατηγικών συμμαχιών με ευρωπαϊκές συνεργατικές οργανώσεις.

- **Εκπαίδευση και επαγγελματική κατάρτιση των συνεργατικών στελεχών.**

Η συνεχής εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση των συνεργατικών στελεχών προβλέπεται από τις συνεργατικές αρχές που διατυπώθηκαν το 1844 στο

Ηνωμένο Βασίλειο. Το νέο ευρωπαϊκό περιβάλλον επιβάλλει την αυστηρότερη εφαρμογή της αρχής αυτής με στόχο την προώθηση της προσαρμοστικότητας των συνεργατικών εταιρειών στις συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, την ενίσχυση της παραγωγικότητας, τον εμπλουτισμό της επιχειρηματικότητας και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

➤ **Γνώση και αξιοποίηση των ευκαιριών και των μέσων που παρέχονται από την Ευρωπαϊκή Ένωση.**

Το Συνεργατικό Κίνημα, εκτός από τις υποχρεώσεις που αναλαμβάνει με την ολοκλήρωση της πορείας ένταξης της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση, έχει να ωφεληθεί από πολλά πλεονεκτήματα, τα οποία οφείλει να αξιοποιήσει με τον καλύτερο τρόπο προς όφελος των μελών του. Για να είναι όμως σε θέση να αξιοποιήσει σωστά τις ευκαιρίες και τα μέσα που θα του προσφέρονται, επιβάλλεται να γνωρίζει πολύ καλά τα εκάστοτε δεδομένα και παράλληλα να παρακολουθεί στενά τις εξελίξεις και τα ευρωπαϊκά δρώμενα που το αφορούν. Ο στρατηγικός αυτός στόχος αποβλέπει στη δημιουργία κατάλληλου μηχανισμού του Συνεργατικού Κινήματος, ο οποίος θα παρακολουθεί τις εξελίξεις και θα ενημερώνει έγκαιρα τα αρμόδια όργανα για τη λήψη των καταλλήλων αποφάσεων ή την ανάληψη των ενδεδειγμένων ενεργειών.

➤ **Αξιοποίηση των συνεργατικών αρχών για επιτυχή εφαρμογή αναπτυξιακών προγραμμάτων.**

Η εφαρμογή των συνεργατικών αρχών στις συνεργατικές εταιρείες επέφερε εξαιρετικά αποτελέσματα για την ανάπτυξη των ιδίων ως επιχειρηματικών μονάδων και ευνόησε σημαντικά τα μέλη τους και την κοινωνία. Όλα τα αναπτυξιακά προγράμματα, που εφαρμόστηκαν και πέτυχαν, βασίστηκαν στις συνεργατικές αρχές και στις αξίες που εκπηγάζουν από αυτές. Η συνεργατική αλληλεγγύη, η αλληλοβοήθεια, η φιλία, το συλλογικό πνεύμα και η συνεργατική συνοχή προάγουν την ανάληψη πρωτοβουλιών και οδηγούν στα επιθυμητά αποτελέσματα. Μέσα στο πολύ απαιτητικό ευρωπαϊκό περιβάλλον, η κάθε συνεργατική εταιρεία θα έχει ανάγκη την αλληλεγγύη των μελών της αλλά και την στήριξη των υπόλοιπων συνεργατικών εταιρειών. Ο στρατηγικός αυτός στόχος καταλήγει στη συστηματική καλλιέργεια της συνεργατικής αλληλεγγύης τόσο μεταξύ των συνεργατικών ιδρυμάτων όσο και

μεταξύ των μελών των συνεργατικών εταιρειών. Η συνεργατική αλληλεγγύη και η αλληλοστήριξη των συνεργατικών εταιρειών ενισχύει την εμπιστοσύνη των μελών και γενικότερα του κοινωνικού συνόλου προς τους συνεργατικούς θεσμούς και καθιστά ευκολότερη την ανάληψη πρωτοβουλιών και την υλοποίηση αναπτυξιακών προγραμμάτων.

➤ **Διατήρηση και ενίσχυση του κοινωνικού ρόλου του Συνεργατικού Κινήματος.**

Ο σκοπός των συνεργατικών εταιρειών δεν είναι η μεγιστοποίηση των κερδών τους αλλά η χρησιμοποίηση των μέσων που έχουν στη διάθεση τους για εξυπηρέτηση των μελών και ευρύτερα της κοινωνίας. Κατά συνέπεια, όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες τους περιβάλλονται από τη σκοπιμότητα αυτή που αποτελεί την κύρια όψη της συνεργατικής πρακτικής. Ο στρατηγικός αυτός στόχος αποσκοπεί στη διαφύλαξη και στην ενίσχυση των κοινωφελών προσανατολισμών του Κινήματος, όπως είναι η ικανοποίηση στεγαστικών, εκπαιδευτικών και επαγγελματικών αναγκών, αναγκών υγείας κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Η ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

2.1 Η ίδρυση της πρώτης τράπεζας

Η πρώτη τράπεζα η οποία λειτούργησε στην Κύπρο ήταν η Τουρκική Imperial Ottoman Bank. Η τράπεζα ιδρύθηκε το 1863 μετά από συνεργασία των Άγγλων και των Γάλλων. Ο διοικητικός έλεγχος στηριζόταν στις δύο επιτροπές στο Λονδίνο και τη Γαλλία, ενώ από το 1880 η κυριαρχία της τράπεζας πέρασε στους Γάλλους. Το 1864 η Τράπεζα άνοιξε υποκατάστημα στη Λάρνακα, προσδοκώντας να κατακτήσει μερίδιο του εμπορίου της Κύπρου στο βαμβάκι, το οποίο ήταν ιδιαίτερα ανεπτυγμένο εκείνη τη περίοδο, ενώ σύντομα επεκτάθηκε και σε άλλα μέρη του νησιού. Η κύρια δραστηριότητα της ήταν ο ρόλος της ως επίσημη τράπεζα της Βρετανικής αποικιακής κυβέρνησης, αφού η Κύπρος το 1878 τέθηκε υπό την κυριαρχία των Άγγλων.

Κατά το 19^ο αιώνα η Κύπρος ήταν μία κατεξοχήν αγροτική χώρα όπου οι εξαγωγές των αγροτικών προϊόντων, όπως χαρούπια, κρασί, σιτάρι και κριθάρι, αποτελούσαν το 70% των συνολικών εξαγωγών, ενώ τον 20^ο αιώνα άρχισε να αναπτύσσεται ο μεταλλευτικός τομέας και ιδιαίτερα μετά το 1945 όπου παγκόσμια οι τιμές των μετάλλων εκτοξεύθηκαν στα ύψη(Phylaktis 1995).

Το μονοπώλιο της Imperial Ottoman Bank διακόπηκε το 1879, όπου μία Αγγλο-Αιγυπτιακή τράπεζα άνοιξε τα δικά της υποκαταστήματα πρώτα στη Λάρνακα και μετά στις υπόλοιπες πόλεις του νησιού. Η καθιέρωση της τράπεζας αυτής στο νησί, ήταν αποτέλεσμα της βαθμιαίας αύξησης τους εμπορίου μεταξύ της Κύπρου και της Αιγύπτου. Παρόλα αυτά, το 1890 τη δράση της Αγγλο-Αιγυπτιακής τράπεζας ανέλαβε η Imperial Ottoman Bank, για λόγους οι οποίοι δεν είναι σαφείς.

Από το 1890 η Imperial Ottoman Bank άρχισε να αντιμετωπίζει διάφορες δυσκολίες στη λειτουργία της, με αποτέλεσμα να κλείσει το υποκατάστημα που είχε στη Λεμεσό και τα υπόλοιπα να υπολειμθούν. Το γεγονός αυτό προκάλεσε την αντίδραση των Κυπρίων πολιτών, και ιδιαίτερα των εμπόρων, οι οποίοι ζητούσαν από το κράτος να παρέμβει και να επιχορηγήσει την τράπεζα. Το 1900 η τράπεζα επαναλειτούργησε στη Λεμεσό, λόγω του φόβου που υπήρχε για δημιουργία καινούριας τράπεζας στη πόλη. Αυτό το κλίμα της αβεβαιότητας που υπήρχε για την παροχή τραπεζικών εγκαταστάσεων στο νησί, πιθανότατα ήταν το κύριο ερέθισμα για

τη καθιέρωση του πρώτου επίσημου τοπικού τραπεζικού ιδρύματος τον Ιανουάριο του 1899. Ακόμη, ένας πιο μακροπρόθεσμος παράγοντας ήταν το μεγάλο χάσμα που προκλήθηκε στην αγορά, λόγω της επιχειρησιακής στρατηγικής της τράπεζας (Phylaktis 1995).

Η Imperial Ottoman Bank, όπως και οι υπόλοιπες βρετανικές τράπεζες, ενδιαφέρθηκε κυρίως για τη χρηματοδότηση του εμπορίου και για αυτό το λόγο άνοιξε υποκαταστήματα στη Λεμεσό και τη Λάρνακα όπου βρίσκονταν τα δύο λιμάνια του νησιού, ενώ δεν ενδιαφέρθηκε για τη χρηματοδότηση των Κυπρίων αγροτών που την είχαν ανάγκη. Μάλιστα, η θέση των αγροτών επιβαρύνθηκε πάρα πολύ αφού δεν τους ευνοούσαν οι καιρικές συνθήκες, τους επιβλήθηκαν φορολογίες ενώ η τιμή των δημητριακών μειώθηκε λόγω του ότι η Ευρώπη εισήγαγε φθινό σιτάρι από Ινδία και Αμερική. Έτσι τα κέρδη των αγροτών που καλλιεργούσαν δημητριακά μειώθηκαν περισσότερο από 50 τοις εκατό εκείνη τη περίοδο.

Η έλλειψη ενδιαφέροντος της τράπεζας για την παροχή πιστωτικών εγκαταστάσεων στους αγρότες βασίστηκε σε τρεις λόγους. Πρώτον, δεν υπήρξε καμία κτηματολογική έρευνα, κάτι που σαν αποτέλεσμα είχε η τράπεζα να μην μπορεί με βεβαιότητα να γνωρίζει αν ένας αγρότης που είχε μία έκταση γης ήταν ο πραγματικός ιδιοκτήτης όπως θα πιστοποιούσε το Κτηματολόγιο με αποτέλεσμα να υπάρχει ένα κλίμα αβεβαιότητας σχετικά με το θέμα αυτό. Ένας δεύτερος λόγος αφορούσε την μεγάλη πιθανότητα ότι τα χρήματα που θα δάνειζαν οι τράπεζες στους αγρότες θα ξαναπερνούσαν στα χέρια των τοκογλύφων, οι οποίοι ήταν και οι πιστωτές τους. Ο τρίτος και σημαντικότερος λόγος για το μη δανεισμό της τράπεζας προς τους αγρότες, ήταν η ανασφάλεια που υπήρχε σε περίπτωση που οι αγρότες δεν μπορούσαν να ξεπληρώσουν το δάνειο στην τράπεζα. Σε μία τέτοια στιγμή, η πιο πιθανή περίπτωση είναι η τράπεζα να δάνεισε κατευθείαν τη Βρετανική κυβέρνηση στη Κύπρο με ένα μέτριο επιτόκιο, με σκοπό την επιστροφή ξανά στους αγρότες (Phylaktis 1995).

2.2 Η ανάπτυξη των τοπικών τραπεζικών ιδρυμάτων

Τον Ιανουάριο του 1899 ιδρύθηκε το πρώτο τοπικό τραπεζικό ίδρυμα στην Κύπρο, το Ταμιευτήριο Λευκωσίας, με διευθυντή τον Ιωάννη Οικονομίδη, όπου στη συνέχεια μετεξελίχθηκε στη σημερινή Τράπεζα Κύπρου. Το ίδρυμα αυτό, το οποίο βασίστηκε στις αντίστοιχες Ιταλικές τράπεζες, στόχο είχε να κινητοποιήσει την

αποταμίευση από μέρους των μικρών καταθετών. Το κεφάλαιο της τράπεζας επρόκειτο να συσσωρευθεί από τις μικρές εβδομαδιαίες καταθέσεις. Οι πιθανοί μέτοχοι κατέθεταν ένα σελίνι την εβδομάδα σε ένα ειδικό λογαριασμό για πέντε χρόνια για κάθε μερίδιο που ήθελε να αγοράσει και το μέγιστο που μπορούσε να λάβει ήταν το 5 τοις εκατό των καταθέσεων του. Συγχρόνως, οι μέτοχοι θα μπορούσαν να δανειστούν μέχρι 75 τοις εκατό των μετοχών τους χωρίς περαιτέρω εγγύηση με ετήσιο επιτόκιο 8%. Αν και στους μετόχους είχε δοθεί προτεραιότητα όσον αφορά τα δάνεια, οι μη καταθέτες θα μπορούσαν επίσης να δανειστούν από την τράπεζα, αλλά με υψηλότερο επιτόκιο 9-12%. Ακόμη, τα δάνεια σε αυτή την περίπτωση προϋπέθεταν εγγύηση ή υποθήκη, την αξία της οποίας καθόριζε η εκτελεστική επιτροπή (Phylaktis 1995).

Το ονομαστικό κεφάλαιο της τράπεζας ήταν £60.000, διαιρεμένο σε 6.000 μετοχές των £10. Προκειμένου να προσελκυστεί και να προστατευθεί το κοινό, η ψηφοφορία στις γενικές συνεδριάσεις ήταν σχετική με τον αριθμό μετοχών που είχε ο κάθε ένας. Συγκεκριμένα, ένας μέτοχος που είχε μία μετοχή είχε δικαίωμα μίας ψήφου, αν είχε τρεις μετοχές είχε δικαίωμα δύο ψήφων, πέντε μετοχές τρεις ψήφοι, οκτώ μετοχές τέσσερις ψήφοι και δέκα μετοχές και άνω είχε δικαίωμα πέντε ψήφων (Phylaktis 1995).

Το ταμειυτήριο της Λευκωσίας είχε καλή διαχείριση και διεύθυνση. Τα αποτελέσματα των γενικών συνεδριάσεων, στις οποίες αποφασίζονταν και τα μερίσματα, δημοσιοποιούνταν στον Τύπο, ενώ οι ισολογισμοί του Ταμειυτηρίου δημοσιεύονταν δύο φορές το χρόνο. Αρχικά τη διαχείριση του ιδρύματος είχαν εθελοντικά αναλάβει τα ιδρυτικά μέλη, τα οποία ήταν όλα διακεκριμένα πρόσωπα της κοινότητας.

Οι καταθέτες και οι μέτοχοι του ταμειυτηρίου προέρχονταν από τις μέσες και χαμηλότερες κοινωνικές τάξεις και συνήθως ήταν νοικοκυρές, καταστηματάρχες, εργαζόμενοι εργοστασίων και υπάλληλοι. Οι πολίτες της ανώτερης κοινωνικής τάξης προτιμούσαν να χρησιμοποιούν τις ξένες τράπεζες.

Το ταμειυτήριο αφέθηκε εξ ολοκλήρου ελεύθερο από το νόμο να κάνει ότι αυτό ήθελε σχετικά με τα κεφάλαιά του. Γενικά, ο όγκος των πιστώσεων διοχετεύθηκε στις μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, τους βιοτέχνες και τους καταστηματάρχες και το βασικό κριτήριο για τη χορήγηση ενός δανείου ήταν ο βαθμός των προσωπικών εγγυήσεων.

Μετά το παράδειγμα του Ταμιευτηρίου της Λευκωσίας, και άλλα ταμιευτήρια καθιερώθηκαν τόσο στη Λευκωσία όσο και στις άλλες πόλεις του νησιού, όπως το Λαϊκό Ταμιευτήριο Λεμεσού και το Μουσουλμανικό Ταμιευτήριο της Λευκωσίας που ιδρύθηκαν το 1901, το Ταμιευτήριο της Κύπρου στη Λευκωσία το 1903 και το Ταμιευτήριο της Ομόνοιας στη Λάρνακα το 1905. Επίσης, η αποικιακή κυβέρνηση συνέστησε το δικό της ταμιευτήριο σε κάθε μία από τις έξι πόλεις του νησιού το 1903. Η παρούσα απόφαση ήταν πιθανώς απάντηση στην πρωτοβουλία του ιδιωτικού τομέα, για το νόμο που επέτρεπε στην κυβέρνηση να ιδρύσει ταμιευτήρια, ο οποίος ψηφίστηκε μετά την καθιέρωση του Ταμιευτηρίου της Λευκωσίας. Το Κυβερνητικό Ταμιευτήριο βασίστηκε σε διαφορετικούς κανόνες. Ο στόχος του ήταν να συγκεντρώσει τις καταθέσεις από τους μικρούς αποταμιευτές προσφέροντας τους ετήσιο επιτόκιο 2,5%. Το Κυβερνητικό Ταμιευτήριο δεν δάνεισε στον ιδιωτικό τομέα, αλλά επένδυσε τα κεφάλαιά της στην αγορά του Λονδίνου. Οι κανόνες αυτοί, δεν επηρέασαν ανταγωνιστικά τα ιδιωτικά ταμιευτήρια, τα οποία όχι μόνο πρόσφεραν ελκυστικότερα επιτόκια, αλλά δάνεισαν και την τοπική κοινότητα. Κατά συνέπεια, ο αριθμός των καταθετών, η μεγάλη πλειοψηφία των οποίων ήταν κυβερνητικοί ανώτεροι υπάλληλοι, δεν υπερέβη ποτέ τους 330 και το σύνολο των καταθέσεών τους έφθασε τις £18,000 κατά τη διάρκεια των 26 χρόνων που ήταν η συνολική διάρκεια ζωής των Κυβερνητικών Ταμιευτηρίων. Το 1929, όπου υπάρχουν τα αντίστοιχα ποσοστά για τα Κυβερνητικά Ταμιευτήρια και για τα Ιδιωτικά, οι καταθέσεις των πρώτων ήταν £841 έναντι £122,000 των τελευταίων (Phylaktis 1995).

Ένας βασικός παράγοντας στην αύξηση του Ταμιευτηρίου της Λευκωσίας ήταν η αλλαγή της θέσης του το 1912. Δεδομένου ότι το μέγεθος του Ταμιευτηρίου αυξανόταν, καθώς επίσης και ο δανεισμός στα πρόσωπα εκτός από τους μετόχους, το αρχικό σύνταγμα με την απεριόριστη ευθύνη δεν ήταν το πλέον κατάλληλο. Η Βρετανική κυβέρνηση στη Κύπρο και στο Λονδίνο ήταν απρόθυμη να θεσπίσει την κατάλληλη νομοθεσία, αλλά έδωσε την άδεια στο Εκτελεστικό Συμβούλιο της τράπεζας για να αλλάξει τη θέση της σε Ανώνυμη Εταιρεία, βάσει του οθωμανικού εμπορικού νόμου ίσχυε στο νησί. Το 1912 το Ταμιευτήριο Λευκωσίας μετονομάστηκε σε «Τράπεζα Κύπρου», η οποία ήταν πλέον ανώνυμη εταιρεία. Κατ' αυτό τον τρόπο, η τράπεζα εκμεταλλεύτηκε την περιορισμένη ευθύνη πριν από τον εταιρικό νόμο του 1922 που καθιέρωσε την περιορισμένη ευθύνη στο νησί. Το νέο νομικό καθεστώς ενθάρρυνε την περαιτέρω επέκταση της τράπεζας. Κατά τη διάρκεια της περιόδου 1910-1920 το κεφάλαιο της Τράπεζας Κύπρου αυξήθηκε, και

επίσης προσφέρονταν μετοχές των £4 και των £10 μέσω των εβδομαδιαίων καταθέσεων. Το 1919, άνοιξαν ένα άλλο υποκατάστημα στη Λεμεσό. Μέχρι το 1920 το κεφάλαιο της τράπεζας έφθασε τις £157,424.

Κατά τη διάρκεια του μεσοπολέμου υπήρξε μια αύξηση στον αριθμό τόσο των εγχώριων όσο και των ξένων τραπεζών στην Κύπρο. Ο αριθμός των εγχώριων τραπεζών αυξήθηκε μετά από τον εταιρικό νόμο του 1922. Δύο Ταμιευτήρια, το Λαϊκό Ταμιευτήριο Λεμεσού και το Ταμιευτήριο της Λάρνακας, άλλαξαν τη θέση τους και πέτυχαν περιορισμένη ευθύνη, ενώ τρεις νέες τράπεζες ιδρύθηκαν. Εκτός από τις πιο πάνω τοπικές τράπεζες, το 1925 ιδρύθηκε η Γεωργική Τράπεζα, αναφορά στην οποία έγινε στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου, τρεις ξένες τράπεζες εγκατέστησαν γραφεία στην Κύπρο. Το 1910 η Τράπεζα της Αθήνας άνοιξε ένα υποκατάστημα στη Λεμεσό, και έπειτα αντιπροσωπείες στις άλλες κύριες πόλεις. Το 1926 η Ιωνική Τράπεζα, μια βρετανική τράπεζα με δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα και την Αίγυπτο και έδρα της το Λονδίνο, άνοιξε υποκατάστημα στη Λευκωσία και αντιπροσωπείες σε Αμμόχωστο, Λάρνακα και Λεμεσό. Το 1937 η μεγαλύτερη Βρετανική τράπεζα εκείνης της περιόδου, η Barclays, άνοιξε υποκατάστημα στη Κύπρο (Phylaktis 1995).

2.3 Το τραπεζικό σύστημα πριν τη δημιουργία της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου

Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου αναπτύχθηκε γρήγορα όσο ήταν αποικία των Άγγλων. Η Imperial Ottoman Bank εισήγαγε τη σύγχρονη τραπεζική στο νησί και μαζί με άλλες Βρετανικές τράπεζες πέτυχαν την απόκτηση κυρίαρχης θέσης στο χώρο αυτό. Ωστόσο, από τις αρχές του 20^{ου} αιώνα και έπειτα όπου έκαναν την εμφάνισή τους τα τοπικά τραπεζικά ιδρύματα, η σπουδαιότητα των ξένων τραπεζών άρχισε να φθίνει.

Η επιτυχία των τοπικών τραπεζών οφειλόταν στην επιχειρηματική αποτυχία των ξένων. Η Imperial Ottoman Bank, με τον έλεγχο που είχε στους κυβερνητικούς λογαριασμούς, δεν βιαζόταν να ερευνήσει νέους τύπους δανεισμών. Η Ιωνική Τράπεζα διατηρούσε μια ανησυχία σχετικά με την χρηματοδότηση του εμπορίου, αλλά δεν ήταν πρόθυμη να προβεί σε αλλαγές. Επίσης, η χρηματοδότηση του συνεταιριστικού κινήματος από μέρους της Barclays ήταν μία πρωτοποριακή

καινοτομία, η οποία άνοιξε ένα νέο τομέα δραστηριοτήτων για τις Βρετανικές τράπεζες.

Επιπλέον, οι τοπικές τράπεζες είχαν κάποια πλεονεκτήματα σε σχέση με τις Βρετανικές, τα οποία τις βοήθησαν να κυριαρχήσουν τον τραπεζικό τομέα. Η θέση τους ως εγχώριες τράπεζες τους έδινε τη δυνατότητα να έχουν όλες τις απαιτούμενες πληροφορίες για τους πελάτες τους, γεγονός ιδιαίτερα δύσκολο για μία ξένη τράπεζα. Αυτή η υπεροχή θέσης στην εγχώρια αγορά, αργότερα τους επέτρεψε να πραγματοποιήσουν δανεισμούς σε τομείς που οι ξένες τράπεζες θεωρούσαν ιδιαίτερα επικίνδυνες. Η θέση τους αυτή σήμαινε επίσης γρηγορότερη και πιο εύκαμπτη διοίκηση και λήψη αποφάσεων. Ακόμη, οι καλές σχέσεις με την τοπική κοινότητα έδινε τη δυνατότητα στις εγχώριες τράπεζες να εστιάσουν τις δραστηριότητές τους στις τοπικές επιχειρησιακές ευκαιρίες, καθώς οι ξένες τράπεζες επένδυναν τα πλεονασματικά τους κεφάλαια στην αγορά του Λονδίνου. Όσο εύκαμπτες και αν ήταν οι τραπεζικές πολιτικές των ξένων τραπεζών, ήταν απίθανο να κρατηθούν απέναντι στα τόσο σημαντικά πλεονεκτήματα των τοπικών ανταγωνιστών τους (Phylaktis 1995).

Χαρακτηριστικό γνώρισμα της θεσμικής οικονομικής οργάνωσης της Κύπρου κατά της διάρκεια της αποικιακής περιόδου, ήταν η έλλειψη λεπτομερών νομοθετικών ή ρυθμιστικών διευθετήσεων για το νομισματικό και τραπεζικό της σύστημα.

Αν και δεν υπήρχε καμία κεντρική τράπεζα στο νησί, το ρόλο της ανέλαβαν, τουλάχιστον μέχρι ενός βαθμού, οι δύο κύριες ξένες τράπεζες που υπήρχαν, η Imperial Ottoman Bank και η Barclays. Η Imperial Ottoman Bank ενεργούσε ως η τράπεζα της κυβέρνησης, από την αρχή της βρετανικής αποικιακής περιόδου το 1878. Η κυβέρνηση θεωρούσε ότι η Imperial Ottoman Bank ήταν η μόνη τράπεζα στην Κύπρο που θα μπορούσε να της παρέχει ικανοποιητικές υπηρεσίες και την απαραίτητη ασφάλεια.

Το 1927, έγινε μια προσπάθεια από την Ιωνική Τράπεζα για να αναλάβει τους λογαριασμούς της κυβέρνησης προσφέροντάς της ευνοϊκότερους όρους. Η κυβέρνηση, εντούτοις, κράτησε τους λογαριασμούς της στην Ottoman Bank χρησιμοποιώντας την προσφορά της Ιωνικής Τράπεζας ως μοχλό για να λάβει καλύτερους όρους. Η αποικιακή κυβέρνηση εκείνη την περίοδο συνεργαζόταν με την Ottoman Bank για την καθιέρωση της Γεωργικής Τράπεζας, και γι' αυτό το λόγο δεν θεώρησε σωστό να σταματήσει τη μεταξύ τους συνεργασία (Phylaktis 1995).

Η Κύπρος κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου δεν είχε ανεξαρτησία νομισματικής πολιτικής, αφού η προσφορά χρήματος του νησιού καθοριζόταν από τις αλλαγές που συνέβαιναν στην Αγγλική οικονομία.

Συγχρόνως, το Κυπριακό τραπεζικό σύστημα αποτελούσε δορυφόρο του αντίστοιχου Αγγλικού. Ενώ, λοιπόν, δεν είχε Κεντρική Τράπεζα η Κύπρος κατά τη περίοδο αυτή, θα μπορούσε με δυσκολία να χαρακτηριστεί ότι είχε ένα «ελεύθερο τραπεζικό σύστημα». Στην πραγματικότητα, το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου είχε ομοιότητες με το αγγλικό τραπεζικό σύστημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

Η ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ

3.1 Ρόλος – Λειτουργία της Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου

Η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου ιδρύθηκε το 1963, σε σύντομο χρονικό διάστημα μετά την ανακήρυξη της ανεξαρτησίας της Κύπρου, ως αυτόνομο ίδρυμα σύμφωνα με τον περί Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμο του 1963 και τα σχετικά άρθρα του Συντάγματος της Κυπριακής Δημοκρατίας. Από τον Ιούλιο του 2002, η Κεντρική Τράπεζα διέπεται από τον περί της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμο του 2002. Ο νόμος αυτός εξασφαλίζει την ανεξαρτησία της Κεντρικής Τράπεζας και τη συμβατότητα με τις σχετικές πρόνοιες της Συνθήκης για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας και το Καταστατικό του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας. Επίσης τον Ιούλιο του 2002, τροποποιήθηκαν οι σχετικές πρόνοιες του Συντάγματος ώστε να διασφαλιστεί η ανεξαρτησία της Κεντρικής Τράπεζας, όπως ορίζει το κοινοτικό κεκτημένο (<http://www.centralbank.gov.cy>).

Οι σημαντικότερες αλλαγές που έχουν επέλθει με την εφαρμογή του νέου, πρόσφατου, νόμου για την Κεντρική Τράπεζα αφορούν απαραίτητες προσαρμογές με το κοινοτικό κεκτημένο σε σχέση με την ανεξαρτησία της Τράπεζας, τον κύριο σκοπό της και την απαγόρευση της χρηματοδότησης του δημοσίου από αυτήν. Επιπλέον, η Επιτροπή Νομισματικής Πολιτικής αναβαθμίζεται σε όργανο λήψης αποφάσεων στους τομείς της αρμοδιότητάς της (νομισματική πολιτική και συναφή θέματα), ενώ μέχρι πρόσφατα ο ρόλος της ήταν μόνο συμβουλευτικός.

Ειδικότερα, ο νέος νόμος διασφαλίζει όλες τις πτυχές της ανεξαρτησίας όπως προνοούνται στο σχετικό κοινοτικό κεκτημένο, οι οποίες συνίστανται στη θεσμική ανεξαρτησία, την οικονομική ανεξαρτησία και την προσωπική ανεξαρτησία των μελών των οργάνων της. Ο νέος νόμος, προνοεί επιπλέον ότι ο κύριος σκοπός της Τράπεζας είναι η διασφάλιση της σταθερότητας των τιμών, όπως προβλέπεται στη Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση και το Καταστατικό του Ευρωπαϊκού Συστήματος Κεντρικών Τραπεζών. Χωρίς να επηρεάζεται η επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού, η Τράπεζα στηρίζει τη γενική οικονομική πολιτική του Κράτους. Επίσης, απαγορεύει ρητά τη χρηματοδότηση, με οποιοδήποτε τρόπο, της κυβέρνησης ή νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου ή δημόσιων επιχειρήσεων ή

οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης από την Κεντρική Τράπεζα (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Η νομοθετικά κατοχυρωμένη πλέον ανεξαρτησία της Κεντρικής Τράπεζας από οποιεσδήποτε πολιτικές εξαρτήσεις ή επιδράσεις θα ενισχύσει οπωσδήποτε την ικανότητά της να επιτελεί επιτυχώς το έργο της, ενώ την καθιστά καθόλα έτοιμη για να ενταχθεί στο Ευρωπαϊκό Σύστημα Κεντρικών Τραπεζών με την ένταξη της Κύπρου στην Ε.Ε.

Σύμφωνα με τη νέα νομοθεσία, οι βασικές αρμοδιότητες της Κεντρικής Τράπεζας, εκτός των αναγκαίων αρμοδιοτήτων για την επίτευξη των στόχων της, είναι οι ακόλουθες (<http://www.cyprus.gov.cy>):

- η χάραξη και άσκηση της νομισματικής πολιτικής (στην έννοια της νομισματικής πολιτικής περιλαμβάνεται και η πιστωτική πολιτική)
- η άσκηση της πολιτικής της συναλλαγματικής ισοτιμίας της λίρας, σύμφωνα με το πλαίσιο της συναλλαγματικής πολιτικής που διαμορφώνει το Υπουργικό Συμβούλιο μετά από γνωμοδότηση της Τράπεζας
- η κατοχή, διαφύλαξη και διαχείριση των επίσημων συναλλαγματικών αποθεμάτων
- η εποπτεία των τραπεζών
- η προώθηση, ρύθμιση και εποπτεία της ομαλής λειτουργίας συστημάτων πληρωμών και διακανονισμού συναλλαγών
- η προσφορά υπηρεσιών ή η άσκηση καθηκόντων τραπεζίτη και αντιπροσώπου της κυβέρνησης σε χρηματοοικονομικά θέματα και
- η συμμετοχή ως μέλους σε διεθνείς νομισματικούς και οικονομικούς οργανισμούς

Στα πρώτα χρόνια της λειτουργίας της η Κεντρική Τράπεζα ανέλαβε πλήρως τις αρμοδιότητές της αναφορικά με την προσφορά υπηρεσιών ως τραπεζίτης της κυβέρνησης και τη διαχείριση των επίσημων συναλλαγματικών αποθεμάτων, καθώς και την εφαρμογή της νομοθεσίας περί ελέγχου συναλλάγματος. Παράλληλα, η Τράπεζα ενίσχυσε την εσωτερική της δομή, και άρχισε τη διαμόρφωση του ρυθμιστικού πλαισίου εποπτείας των τραπεζών καθώς και του πλαισίου άσκησης νομισματικής πολιτικής. Κατά το τέλος της δεκαετίας του 1960 και τις αρχές της δεκαετίας του 1970, η νομισματική πολιτική έγινε πιο ενεργητική, και η εποπτεία των τραπεζών τέθηκε σε πιο συστηματική βάση. Σε αυτή την περίοδο εκδόθηκαν και τα

πρώτα κυβερνητικά αξιόγραφα, με σκοπό την ενθάρρυνση των εγχώριων αποταμιεύσεων και τη μη πληθωριστική χρηματοδότηση των δημοσιονομικών ελλειμμάτων (<http://www.centralbank.gov.cy>).

Μετά την οικονομική καταστροφή που προκάλεσε η τουρκική εισβολή το 1974, η Κεντρική Τράπεζα συμμετείχε ενεργά στην προσπάθεια αναζωογόνησης της οικονομίας. Έτσι, η Κεντρική Τράπεζα ακολούθησε επεκτατική νομισματική πολιτική και διευκόλυνε τη χρηματοδότηση των στεγαστικών αναγκών των προσφύγων και της αναπλήρωσης των απολεσθέντων κεφαλαιουχικών αποθεμάτων και υποδομής. Η συμβολή της Κεντρικής Τράπεζας στην ταχεία βελτίωση των οικονομικών συνθηκών που ακολούθησε ήταν καθοριστική. Επίσης κατά την περίοδο μετά την εισβολή, η Κεντρική Τράπεζα ανέλαβε ηγετικό ρόλο στην προσπάθεια για ανάπτυξη της Κύπρου ως περιφερειακού επιχειρηματικού και χρηματοοικονομικού κέντρου. Ειδικότερα, ο τομέας διεθνών επιχειρήσεων παρουσίασε ταχεία πρόοδο και δημιουργία θέσεων εργασίας στο νησί (Phylaktis 1995).

Τα τελευταία χρόνια, η Κεντρική Τράπεζα έχει εντείνει τις προσπάθειες της για ελευθεροποίηση και εκσυγχρονισμό του χρηματοοικονομικού τομέα. Αυτό επιβάλλεται τόσο για οικονομικούς λόγους όσο και για σκοπούς εναρμόνισης των οικονομικών δομών και πολιτικών της Κύπρου με την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Προς αυτή την κατεύθυνση, το 1996 η Κεντρική Τράπεζα εισήγαγε ένα νέο πλαίσιο άσκησης νομισματικής πολιτικής, αντικαθιστώντας τα όργανα άμεσου ελέγχου της ρευστότητας στην οικονομία με μεθόδους που βασίζονται στην αγορά. Το ελάχιστο ποσοστό ρευστότητας, που ήταν το κύριο όργανο νομισματικής πολιτικής, εγκαταλείφθηκε. Οι πράξεις κύριας αναχρηματοδότησης που διενεργούνται μέσω δημοπρασίας, με τη μορφή αντιστρεπτών πράξεων με βάση συμφωνία επαναγοράς μεταξύ της Κεντρικής Τράπεζας και των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, συνιστούν τώρα το κύριο εργαλείο ελέγχου της ρευστότητας. Η Κεντρική Τράπεζα εισήγαγε επίσης τις δημοπρασίες αποδοχής καταθέσεων ως μέσο απορρόφησης πλεονάζουσας ρευστότητας. Στο νέο πλαίσιο νομισματικής πολιτικής, ο λογαριασμός κατωτάτων αποθεμάτων είναι ο μόνος λειτουργικός λογαριασμός των τραπεζών με την Κεντρική Τράπεζα και υπάρχουν δύο τύποι πάγιων διευκολύνσεων με σκοπό την προσφορά και απορρόφηση ρευστότητας διάρκειας μίας ημέρας. Σταθμός στην πορεία ελευθεροποίησης του χρηματοοικονομικού τομέα ήταν η κατάργηση του νομικά καθορισμένου ανωτάτου ορίου επιτοκίων την 1η Ιανουαρίου 2001 (<http://www.centralbank.gov.cy>).

Από την αρχή του 1996 οι τίτλοι του δημοσίου εκδίδονται με τη μέθοδο της δημοπρασίας, η οποία επιτρέπει στα επιτόκια να αντανακλούν τις συνθήκες της αγοράς. Το νέο λειτουργικό πλαίσιο της νομισματικής πολιτικής είναι ευθυγραμμισμένο με τις πρακτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αναφορικά με την εποπτεία των τραπεζών, πρωταρχικός σκοπός της Κεντρικής Τράπεζας είναι η διασφάλιση της σταθερότητας του τραπεζικού συστήματος, η ελαχιστοποίηση του συστηματικού κινδύνου και η προστασία των καταθετών. Οι κανόνες, η πολιτική και η πρακτική της Κεντρικής Τράπεζας έχουν ευθυγραμμιστεί με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις συστάσεις της Επιτροπής της Βασιλείας για την εποπτεία των τραπεζών. Ο περί Τραπεζικών Εργασιών Νόμος του 1997, ο οποίος αντικατέστησε τον ανεπαρκή και απαρχαιωμένο νόμο του 1939, καθορίζει το νομικό πλαίσιο για τη διεξαγωγή τραπεζικών εργασιών στην Κύπρο και αντικατοπτρίζει τις αρχές και τις διατάξεις των σχετικών οδηγιών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ο νέος νόμος διαγράφει ένα σύγχρονο πλαίσιο λειτουργίας και εποπτείας των τραπεζών στην Κύπρο και ευθυγραμμίζεται τόσο με τις οδηγίες της Ε.Ε. όσο και με τις επικρατούσες τάσεις και αντιλήψεις για διεξαγωγή των τραπεζικών εργασιών (Μούσκος 1996).

Στο νομοσχέδιο υπάρχουν πρόνοιες για χορήγηση άδειας λειτουργίας σε τράπεζες, περιορισμό στην άσκηση εργασιών που δεν είναι συναφείς με τραπεζικές δραστηριότητες, καθορισμό ελαχίστου κεφαλαίου, καθώς και δείκτη επάρκειας κεφαλαίου, προσδιορισμό ελαχίστου ποσοστού ρευστότητας, δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων και του ισολογισμού των τραπεζών και κατοχύρωση του τραπεζικού απορρήτου. Ταυτόχρονα, ο νέος νόμος εξουσιοδοτεί την Κεντρική Τράπεζα να ζητεί οποιεσδήποτε πληροφορίες κρίνει απαραίτητες, να εκδίδει σχετικούς κανονισμούς και να ασκεί εποπτεία στις διεθνείς δραστηριότητες των τραπεζών πάνω σε ενοποιημένη βάση (Μούσκος 1996).

Περαιτέρω, σύμφωνα με τους περί Συγκάλυψης, Έρευνας και Δήμευσης Εσόδων από Ορισμένες Εγκληματικές Πράξεις Νόμους του 1996 έως 2004, η Κεντρική Τράπεζα είναι η εποπτική αρχή για τις τράπεζες σε σχέση με την καταπολέμηση του ξεπλύματος παράνομου χρήματος. Υπό την ιδιότητά της αυτή, η Κεντρική Τράπεζα έχει εκδώσει σειρά οδηγιών προς τις τράπεζες, αναφορικά με την εφαρμογή αυστηρών διαδικασιών προσδιορισμού της ταυτότητας πελατών, την τήρηση αρχείου, την αναγνώριση και αναφορά ύποπτων συναλλαγών, το διορισμό

και τα καθήκοντα των λειτουργών συμμόρφωσης, και την επιμόρφωση και εκπαίδευση των τραπεζικών υπαλλήλων (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Τέλος, η Κεντρική Τράπεζα προώθησε την απελευθέρωση της διακίνησης κεφαλαίων, σύμφωνα με το κοινοτικό κεκτημένο. Τον Ιούλιο του 2003 ψηφίστηκε ο περί της Διακίνησης Κεφαλαίων Νόμος, ο οποίος τέθηκε σε ισχύ την 1η Μαΐου 2004, ημερομηνία προσχώρησης της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο νέος νόμος, μεταξύ άλλων, κατήργησε τον περί Ελέγχου Συναλλάγματος Νόμο, ολοκληρώνοντας έτσι την κατάργηση των συναλλαγματικών περιορισμών (<http://www.centralbank.gov.cy>).

3.2 Νομισματική Πολιτική

Πρωταρχικός σκοπός της Κεντρικής Τράπεζας είναι η διασφάλιση της σταθερότητας των τιμών. Χωρίς να επηρεάζεται η επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού, η Κεντρική Τράπεζα στηρίζει τη γενική οικονομική πολιτική του Κράτους. Για τη επίτευξη των στόχων της νομισματικής πολιτικής της, η Κεντρική τράπεζα έχει στη διάθεση της διάφορα όργανα νομισματικής πολιτικής μέσω των οποίων ρυθμίζει τη συνολική προσφορά χρήματος και πίστης (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Κατά το 1995, ολοκληρώθηκε από την Τράπεζα η προετοιμασία για την εισαγωγή του νέου λειτουργικού πλαισίου άσκησης της νομισματικής πολιτικής. Το νέο πλαίσιο νομισματικής πολιτικής τέθηκε σε εφαρμογή την 1^η Ιανουαρίου 1996. Παράλληλα, από τον Ιανουάριο 1996, η διαδικασία διεξαγωγής δημοπρασιών τέθηκε σε εφαρμογή και στις πωλήσεις κυβερνητικών αξιόγραφων στην πρωτογενή αγορά.

Την 1^η Ιανουαρίου 2001, τέθηκε σε ισχύ ο περί Ελευθεροποίησης του Επιτοκίου και Συναφών Θεμάτων Νόμος, ο οποίος κατήργησε το ανώτατο ύψος των επιτοκίων του 9,00%, που ίσχυε από τη δεκαετία του 1940. Επιπλέον, ο νόμος θέτει την υποχρέωση των πιστωτικών ιδρυμάτων για διαφάνεια, έτσι ώστε κάθε οφειλέτης να ενημερώνεται για το ύψος του επιτοκίου που θα χρεώνεται και για τυχόν οποιοσδήποτε άλλες χρεώσεις ή ανάκτηση εξόδων που θα σχετίζονται με την πιστωτική διευκόλυνση (<http://www.centralbank.gov.cy>).

Η Τράπεζα από την 1^η Ιανουαρίου 2001 έθεσε το βασικό χρεωστικό επιτόκιο των τραπεζών ίσο με το εκάστοτε επιτόκιο που φέρει η βραχυπρόθεσμη διευκόλυνση οριακής χρηματοδότησης. Αυτή η ρύθμιση ισχύει για μία μεταβατική περίοδο, μέχρι να αποκτηθεί η αναγκαία εμπειρία στη λειτουργία αυτού του

συστήματος. Η κάθε τράπεζα καθορίζει περιθώριο που προστίθεται στο βασικό χρεωστικό επιτόκιο ανάλογα με τη φερεγγυότητα και τον πιστωτικό κίνδυνο του πελάτη.

I. Πράξεις ανοικτής αγοράς

Οι πράξεις κύριας αναχρηματοδότησης που διενεργούνται μέσω δημοπρασίας είναι το κύριο μέσο νομισματικού ελέγχου, αντικαθιστώντας το ελάχιστο ποσοστό ρευστότητας (<http://www.centralbank.gov.cy>).

(α) Αντιστρεπτές πράξεις με βάση συμφωνία επαναγοράς

Πράξεις παροχής (ή απορρόφησης) ρευστότητας διενεργούνται με τη μορφή αντιστρεπτών πράξεων με βάση συμφωνία επαναγοράς, όπου η Τράπεζα αγοράζει (ή πωλεί) γραμμάτια και χρεόγραφα του δημοσίου από (ή προς) τις τράπεζες έναντι εξασφάλισης (repos or reverse repos). Οι αντιστρεπτές πράξεις διενεργούνται όποτε η Κεντρική Τράπεζα κρίνει σκόπιμο και η διάρκειά τους δεν ξεπερνά τις 15 μέρες.

(β) Δημοπρασίες αποδοχής καταθέσεων

Η Τράπεζα διενεργεί επίσης δημοπρασίες για αποδοχή καταθέσεων από τις τράπεζες, για χρονική περίοδο που καθορίζει η ίδια, με στόχο να μειώσει (απορροφήσει) την υπερβάλλουσα ρευστότητά τους. Στις περιπτώσεις που η δημοπρασία διεξάγεται στη βάση ανταγωνιστικών προσφορών επιτοκίου, η Τράπεζα ανακοινώνει το μέγιστο επιτόκιο καθώς και το συνολικό ποσό αποδοχής καταθέσεων. Στις περιπτώσεις που η δημοπρασία διεξάγεται στη βάση ανταγωνιστικών προσφορών ποσού, η Τράπεζα ανακοινώνει το σταθερό επιτόκιο αποδοχής καταθέσεων ενώ το συνολικό ποσό των καταθέσεων καθορίζεται μετά την υποβολή προσφορών από τις τράπεζες.

II. Πάγιες διευκολύνσεις

(α) Διευκόλυνση οριακής χρηματοδότησης

Το επιτόκιο της διευκόλυνσης οριακής χρηματοδότησης που καθορίζεται από την Τράπεζα αποτελεί το ανώτατο όριο της διακύμανσης των επιτοκίων στη διατραπεζική αγορά. Οποιαδήποτε μεταβολή του εν λόγω επιτοκίου σηματοδοτεί αλλαγή της νομισματικής πολιτικής. Η χρηματοδότηση προς τις τράπεζες είναι διάρκειας μίας ημέρας και παραχωρείται έναντι εξασφάλισης τίτλων του δημοσίου που αποκτήθηκαν μέσω δημοπρασίας. Δεν υφίσταται περιορισμός στο ποσό χρηματοδότησης, δεδομένου ότι παρέχεται η αναγκαία εμπράγματη εξασφάλιση. Η

Τράπεζα διατηρεί το δικαίωμα να περιορίσει ή και να αναστείλει την παροχή χρηματοδότησης διάρκειας μίας ημέρας σε περίπτωση αλόγιστης χρήσης η οποία καταστρατηγεί τους στόχους της νομισματικής πολιτικής (<http://www.centralbank.gov.cy>).

(β) Διευκόλυνση αποδοχής καταθέσεων

Η Τράπεζα παρέχει στις τράπεζες διευκόλυνση αποδοχής καταθέσεων διάρκειας μίας ημέρας για την τοποθέτηση των βραχυπρόθεσμων πλεονασμάτων ρευστότητας που ενδεχομένως να έχουν κατά το κλείσιμο της ημέρας. Το επιτόκιο της εν λόγω διευκόλυνσης αποτελεί το κατώτατο όριο στις διακυμάνσεις των επιτοκίων της διατραπεζικής αγοράς διάρκειας μίας ημέρας.

III. Υποχρεωτικά ελάχιστα αποθεματικά

Με ισχύ την 1^η Ιανουαρίου 1996, το ελάχιστο ποσοστό ρευστότητας καταργήθηκε και ποσοστό ίσο με 20,0% του μέσου εβδομαδιαίου όρου των τραπεζικών καταθέσεων παγοποιήθηκε. Το παγοποιημένο απόθεμα διατηρήθηκε σε γραμμάτια του δημοσίου τα οποία ανανεώνονται αυτόματα στη λήξη τους και φέρουν σταθερό επιτόκιο 6,00% το χρόνο. Η Τράπεζα σταδιακά αποπαγοποιεί το εν λόγω απόθεμα το οποίο θα εξαλειφθεί στις αρχές του 2005 (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Ποσοστό ίσο με 7,0% του μέσου όρου των τραπεζικών καταθέσεων κατά τις πρώτες τρεις εβδομάδες του Δεκεμβρίου 1995, μεταφέρθηκε στο νέο λογαριασμό ελάχιστων αποθεματικών. Ο λογαριασμός ελάχιστων αποθεματικών είναι ο μόνος λειτουργικός λογαριασμός που έχουν οι τράπεζες με την Τράπεζα. Οι συντελεστές των υποχρεωτικών ελάχιστων αποθεματικών για υποχρεώσεις σε Λίρες Κύπρου και από την 1^η Μαΐου 2004 για υποχρεώσεις σε ξένα νομίσματα, καθορίζονται από την Τράπεζα. Σήμερα, εφαρμόζονται για τις σχετικές υποχρεώσεις, συντελεστές 6,5% και 2,0%, αντίστοιχα. Ο μέσος όρος των ημερησίων υπολοίπων του λογαριασμού κατά τη διάρκεια της περιόδου τήρησης, μέχρι του ποσού που πρέπει να διατηρείται υποχρεωτικά, κερδίζει τόκο με επιτόκιο που καθορίζεται από την Τράπεζα. Επί αποθεματικών πέραν των υποχρεωτικών ελάχιστων δεν καταβάλλονται τόκοι (<http://www.cyprus.gov.cy>).

3.3 Τραπεζικός Τομέας

Ένας από τους πρωταρχικούς στόχους της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου είναι η διασφάλιση ενός σταθερού και ασφαλούς χρηματοοικονομικού συστήματος το

οποίο να τυγχάνει δημόσιας εμπιστοσύνης και να ενθαρρύνει την οικονομική σταθερότητα και ανάπτυξη. Ο στόχος αυτός εκπληρώνεται με τη διατήρηση ενός αποτελεσματικού μηχανισμού ρυθμίσεως και εποπτείας των τραπεζικών ιδρυμάτων (<http://www.centralbank.gov.cy>).

Για το σκοπό αυτό, η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου χορηγεί άδεια άσκησης τραπεζικών εργασιών και εποπτεύει τις τράπεζες. Ο κύριος σκοπός της εποπτείας είναι η ελαχιστοποίηση του συστηματικού κινδύνου και η διατήρηση της σταθερότητας του τραπεζικού τομέα έτσι ώστε να εξασφαλίζει τη δημόσια εμπιστοσύνη του κοινού και την προστασία των καταθετών.

Η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου, καθοδηγείται στον εποπτικό της ρόλο από τις συστάσεις της Επιτροπής της Βασιλείας και τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τραπεζικά θέματα, παρακολουθεί στενά τις νέες εξελίξεις και έχει τις ρυθμιστικές της λειτουργίες υπό συνεχή ανασκόπηση, ώστε να λαμβάνει υπόψη αυτές τις εξελίξεις και τις μεταβαλλόμενες συνθήκες (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Η εποπτεία ασκείται με παρακολούθηση περιοδικών καταστάσεων που υποβάλλονται από τις τράπεζες και επιτόπου έλεγχου. Η παρακολούθηση περιλαμβάνει την υποβολή σε συνεχή βάση από τις τράπεζες ενός εκτεταμένου φάσματος περιοδικών καταστάσεων που καλύπτει διάφορες πτυχές των τραπεζικών εργασιών. Οποιοσδήποτε ανησυχίες που είναι πιθανόν να προκύψουν από τις καταστάσεις αυτές ερευνώνται άμεσα από την ενδιαφερόμενη τράπεζα για διορθωτικές ενέργειες μετά από παρέμβαση της υπηρεσίας παρακολούθησης (Phylaktis 1995).

Επιτόπου έλεγχοι διενεργούνται με απώτερο σκοπό την εκτίμηση της παρούσας οικονομικής κατάστασης και φερεγγυότητας μιας τράπεζας καθώς και των μελλοντικών της προοπτικών, κατά τη χρονική περίοδο που διενεργείται ο έλεγχος. Πιο συγκεκριμένα, ο επί τόπου έλεγχος ενός τραπεζικού ιδρύματος περιλαμβάνει την εξέταση και αξιολόγηση των πιο κάτω (<http://www.centralbank.gov.cy>):

- ποιότητα της διοίκησης της τράπεζας, περιλαμβανομένων συστημάτων εσωτερικού ελέγχου και διαδικασιών.
- ποιότητα δανειακού χαρτοφυλακίου με έμφαση στη διαχείριση πιστωτικού κινδύνου και την επάρκεια των κρατήσεων για επισφαλείς χρεώστες.
- διαχείριση ρευστών διαθεσίμων με έμφαση στη διαχείριση κινδύνων ειδικά όσον αφορά τομείς όπως διακύμανση επιτοκίων, ρευστότητα και συναλλαγματικός κίνδυνος.

- επικερδότητα της τράπεζας περιλαμβανομένης ανάλυσης εσόδων και εξόδων καθώς και αξιολόγησης των αποδόσεων που έχουν επιτευχθεί.
- συμμόρφωση της τράπεζας με τις απαιτήσεις του περί Τραπεζικών Εργασιών Νόμου και τις οδηγίες της Κεντρικής Τράπεζας σε θέματα όπως κεφαλαιουχική επάρκεια, μεγάλες πιστωτικές διευκολύνσεις κ.λ.π.
- συμμόρφωση της τράπεζας με τις απαιτήσεις της νομοθεσίας για την καταπολέμηση ξεπλύματος παράνομου χρήματος και των σχετικών οδηγιών της Κεντρικής Τράπεζας.

Η εποπτεία ασκείται σε ενοποιημένη βάση και καλύπτει την τράπεζα και τις θυγατρικές της εταιρείες που διεξάγουν εργασίες που είναι αναπόσπαστα συνδεδεμένες με τραπεζικές εργασίες.

Σχετικά με τις οικονομικές καταστάσεις, η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου ετοιμάζει, σύμφωνα με τις πρόνοιες του περί Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμου, μηνιαίο Ισολογισμό ο οποίος δημοσιεύεται στην Επίσημη Εφημερίδα της Δημοκρατίας, και ετήσιες οικονομικές καταστάσεις, οι οποίες περιλαμβάνονται στην Ετήσια Έκθεση της Τράπεζας. Οι οικονομικές καταστάσεις ετοιμάζονται σύμφωνα με τις πρόνοιες του περί Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμου και ελέγχονται από την Υπηρεσία του Γενικού Ελεγκτή της Δημοκρατίας. Επίσης σύμφωνα με τις πρόνοιες του Συντάγματος, η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου υποβάλλει στον Πρόεδρο της Δημοκρατίας εξαμηνιαίες εκθέσεις για την κατάσταση του νομίσματος, των κεφαλαίων και αξιών για κατάθεση στη Βουλή των Αντιπροσώπων. Όσον αφορά τα αποτελέσματα του Ισολογισμού της Κεντρικής Τράπεζας, το σύνολο του Ισολογισμού κατά την 30.06.2004 ανερχόταν σε £2.696,6 εκατ. σε σύγκριση με £2.634,9 εκατ. κατά την 31.12.2003 (Κεντρική Τράπεζα Κύπρου 2004).

1. Ενεργητικό

Τα διεθνή αποθέματα ανέρχονταν σε £1.590,0 εκατ., παρουσιάζοντας αύξηση £29,7 εκατ. σε σύγκριση με εκείνα της 31.12.2003 (Κεντρική Τράπεζα Κύπρου 2003). Οι εγχώριες επενδύσεις ήταν £64,9 εκατ, παρουσιάζοντας αύξηση £11,3 εκατ. σε σύγκριση με εκείνες της 31.12.2003 και τα δάνεια και χορηγήσεις παρουσίασαν μείωση £7,7 εκατ. και ανήλθαν σε £961,4 εκατ (Κεντρική Τράπεζα Κύπρου 2004).

II. Παθητικό

Οι καταθέσεις παρουσίασαν αύξηση £55,3 εκατ. και ανήλθαν σε £1.904,2 εκατ. Από το συνολικό ποσό των καταθέσεων, το ποσό των £646,6 εκατ. αντιπροσώπευαν υποχρεωτικές καταθέσεις τραπεζών βάσει του άρθρου 41(1) των περί της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου Νόμων του 2002 και 2003. Επιπλέον, ποσό £452,4 εκατ. αντιπροσώπευε καταθέσεις χρεολυτικών ταμείων του Κράτους (Κεντρική Τράπεζα Κύπρου 2004).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

ΤΟ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΤΑ ΤΟ ΠΑΡΟΝ

4.1 Η ανάπτυξη του Κυπριακού τραπεζικού τομέα

Οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της Κυπριακής οικονομίας τα τελευταία χρόνια σε συνδυασμό με την προσπάθεια να καθιερωθεί η Κύπρος ως ένα διεθνές κέντρο παροχής υπηρεσιών, είχε σαν αποτέλεσμα την προώθηση και συνεχή ανάπτυξη του χρηματοοικονομικού της τομέα. Το 2000 ο Κυπριακός χρηματοοικονομικός τομέας προσέφερε το 7,5% του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) σε σχέση με 4,9% το 1995. Η απασχόληση στον τομέα αυτό το 2000 ήταν περίπου 16,000 άτομα, που αντιπροσώπευε το 5,2% του συνολικά απασχολούμενου εργατικού δυναμικού της χώρας, σε σχέση με το 4,3% που ήταν το 1995 (Georgiadou 2002).

Ο Κυπριακός τομέας αποτελεί τον κυρίαρχο υποτομέα του γενικού χρηματοοικονομικού τομέα. Αποτελείται από σχετικά μικρά τραπεζικά ιδρύματα που λειτουργούν με διεθνή τραπεζικά πρότυπα και έχοντας ένα ανεπτυγμένο δίκτυο υποκαταστημάτων (περίπου 500 το 2001), αποτελούν βασική πηγή χρηματοδότησης της εγχώριας οικονομικής δραστηριότητας. Ο Κυπριακός τραπεζικός τομέας, όπως έχει αναλυθεί και πιο πάνω, έχει μία ιστορία 140 ετών που χαρακτηρίζεται από συνεχή ανάπτυξη (Πασιαρδής 2003).

Γενικότερα, η Κύπρος διαθέτει ένα ανεπτυγμένο τραπεζικό σύστημα, με τις τράπεζες να έχουν σημαντικό ρόλο στη χρηματοοικονομική διαμεσολάβηση, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών, μέσω του εκτεταμένου δικτύου των καταστημάτων τους. Το τραπεζικό σύστημα αποτελείται από την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου, που είναι η Εποπτική Αρχή για τα τραπεζικά ιδρύματα, τις εγχώριες τράπεζες, και τις διεθνείς τραπεζικές μονάδες. Περιλαμβάνει επίσης τα συνεργατικά πιστωτικά ιδρύματα που εποπτεύονται από την Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών.

Με βάση τις εξουσίες που της παρέχει η Νομοθεσία, η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου χορηγεί άδεια για τη διεξαγωγή τραπεζικών εργασιών και εποπτεύει τις τράπεζες. Στην άσκηση του εποπτικού της ρόλου η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου καθοδηγείται από τις συστάσεις της Επιτροπής της Βασιλείας και το νομοθετικό πλαίσιο που ισχύει στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Τον Ιούλιο του 2003 ψηφίστηκε από τη Βουλή των Αντιπροσώπων ο περί Τραπεζικών Εργασιών (Τροποποιητικός) Νόμος

του 2003 για σκοπούς πλήρους συμμόρφωσης και εναρμόνισης του ρυθμιστικού και εποπτικού πλαισίου για την παροχή τραπεζικών εργασιών με το κοινοτικό κεκτημένο. Περαιτέρω, η Κεντρική Τράπεζα παρακολουθεί επί συνεχούς βάσεως τις νέες εξελίξεις και λαμβάνει όλα τα μέτρα εναρμόνισης με το καθεστώς που ισχύει στην Ευρωπαϊκή Ένωση (<http://www.cyprus.gov.cy>).

Η εποπτεία ασκείται τόσο με επιτόπιο έλεγχο όσο και με την παρακολούθηση διαφόρων καταστάσεων που υποβάλλουν οι τράπεζες σε τακτά χρονικά διαστήματα σε σχέση με διάφορες πτυχές των εργασιών τους. Απώτερος στόχος και στις δύο περιπτώσεις είναι να εντοπιστούν έγκαιρα τυχόν προβλήματα και να ληφθούν τα κατάλληλα διορθωτικά μέτρα, έτσι ώστε να διαφυλαχθεί η σταθερότητα και η ευρωστία του τραπεζικού συστήματος και να προστατευτούν οι καταθέτες.

Το θεσμικό πλαίσιο του κυπριακού τραπεζικού τομέα είναι σχεδόν πλήρως εναρμονισμένο με αυτό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου ήδη εφαρμόζει, μεταξύ άλλων, τις εκάστοτε σχετικές συστάσεις της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, οι οποίες στη συνέχεια εφαρμόζονται από τις εμπορικές τράπεζες. Το κυπριακό τραπεζικό σκηνικό είναι ήδη ανοικτό στο ξένο ανταγωνισμό, καθώς οποιαδήποτε ξένη τράπεζα επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στην Κύπρο σε εγχώριες τραπεζικές δραστηριότητες, δικαιούται να το πράξει, αφού υποβάλει πρώτα αίτηση στην Κεντρική Τράπεζα. για εξασφάλιση της σχετικής άδειας. Με την ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η δραστηριοποίηση τραπεζικών ιδρυμάτων στην Κύπρο, τα οποία είναι εξουσιοδοτημένα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, έγινε ακόμη πιο εύκολη, καθώς δεν χρειάζεται καν η εξασφάλιση άδειας από την Κεντρική Τράπεζα. Τέλος, αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η Κύπρος έχει ήδη επιτύχει τη δημιουργία ενός Διεθνούς Τραπεζικού Κέντρου με άρτιο τραπεζικό σύστημα, χαμηλή φορολογία, άριστες επαγγελματικές υπηρεσίες, το οποίο θα προσφέρει τα πλεονεκτήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, προσελκύοντας έτσι μεγάλο αριθμό εταιρειών διεθνών δραστηριοτήτων (Υπηρεσία Στρατηγικού Προγραμματισμού Τράπεζας Κύπρου, 2003).

Σήμερα λειτουργούν στην Κύπρο δεκατέσσερις εγχώριες τράπεζες, εκ των οποίων έντεκα εμπορικές τράπεζες και τρία εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα. Όλες οι τράπεζες είναι εγγεγραμμένες στην Κύπρο με εξαίρεση την Arab Bank plc και την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. που λειτουργούν ως υποκαταστήματα ξένων τραπεζών. Οι εμπορικές τράπεζες, που είναι εγγεγραμμένες στην Κύπρο, είναι η Τράπεζα Κύπρου Λτδ, η Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα Λτδ, η Ελληνική Τράπεζα Λτδ, η

Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα Λτδ, η Universal Bank Ltd, η Alpha Bank Ltd, η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου) Λτδ, η Emporiki Bank – Cyprus Ltd και η Société Générale Cyprus Ltd. Οι τελευταίες τέσσερις είναι θυγατρικές ξένων τραπεζών.

Τα εξειδικευμένα χρηματοδοτικά ιδρύματα είναι η Κυπριακή Τράπεζα Αναπτύξεως Λτδ, ο Οργανισμός Χρηματοδοτήσεως Στέγης και η Κτηματική Τράπεζα Κύπρου Λτδ. Η Κυπριακή Τράπεζα Αναπτύξεως ειδικεύεται στην παροχή κυρίως μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων για αναπτυξιακούς σκοπούς, διεξάγει εργασίες επενδυτικής τραπεζικής και παρέχει συμβουλευτικές υπηρεσίες σε εταιρείες. Ο Οργανισμός Χρηματοδοτήσεως Στέγης παρέχει μακροπρόθεσμα στεγαστικά δάνεια, κυρίως σε χαμηλά και μεσαία εισοδηματικά στρώματα, ενώ η Κτηματική Τράπεζα Κύπρου Λτδ ειδικεύεται κυρίως στη χορήγηση μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων δανείων για την ανάπτυξη της τουριστικής και μεταποιητικής βιομηχανίας (Georgiadou 2002).

Τα υπό την εποπτεία της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου τραπεζικά ιδρύματα είναι εύρωστα και διατηρούν ικανοποιητικό δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας, που υπερβαίνει το 8% που απαιτεί η Οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τα τελευταία χρόνια, οι τράπεζες έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητες τους και πέρα από τις παραδοσιακές τραπεζικές υπηρεσίες σε τομείς όπως ασφαλιστικές εργασίες, εργασίες χρηματοδοτικής μίσθωσης, χρηματοδότησης με ενοικιαγορά και πρακτόρευσης επιχειρηματικών απαιτήσεων, καθώς και σε υπηρεσίες επιχειρηματικού κεφαλαίου, διαχείρισης αμοιβαίων κεφαλαίων, επενδυτικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες, και υπηρεσίες θεματοφυλακής και διαχείρισης κινητών αξιών. Έχουν επίσης επεκτείνει τις δραστηριότητες τους εκτός των ορίων της Κύπρου, κυρίως σε χώρες όπου υπάρχει έντονη ελληνική παρουσία (<http://kypros.org>).

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία, το άνοιγμα των αγορών με την παγκοσμιοποίηση, σε συνδυασμό με τις ελευθεροποιήσεις που πραγματοποιήθηκαν στο χρηματοπιστωτικό τομέα από 1η Ιανουαρίου, 2001, έχουν συμβάλει σε ένα πιο ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο οι τράπεζες ανταποκρίθηκαν ικανοποιητικά, αφενός με τον εκσυγχρονισμό του τεχνολογικού εξοπλισμού τους και αφετέρου με την εισαγωγή νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Παράλληλα, οι τράπεζες έχουν προχωρήσει σε αυτοματοποίηση των υπηρεσιών που παρέχουν, για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους και έχουν αρχίσει να προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες με ηλεκτρονικά μέσα ή ηλεκτρονική πρόσβαση, χρησιμοποιώντας

εναλλακτικά κανάλια εξυπηρέτησης όπως το διαδίκτυο, τα κέντρα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης κ.λ.π., σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις, τα οποία και θα αναλυθούν στο επόμενο κεφάλαιο.

Πέραν από τις εγχώριες τράπεζες, λειτουργούν σήμερα στην Κύπρο είκοσι εννέα διεθνείς τραπεζικές μονάδες, που έχουν εξασφαλίσει άδεια από την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου για διεξαγωγή των εργασιών τους από την Κύπρο, με την προϋπόθεση να περιορίζουν τις δραστηριότητες τους κυρίως με μη κάτοικους Κύπρου και σε ξένα νομίσματα. Από την 1η Ιανουαρίου, 2001 στα πιο πάνω ιδρύματα έχει επιτραπεί η παραχώρηση μεσοπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου δανεισμού σε ξένο νόμισμα σε κάτοικους Κύπρου (<http://kypros.org>).

Στην Κύπρο γενικά επικρατεί η άποψη ότι οι κυπριακές τράπεζες είναι άριστα οργανωμένες και άρτια στελεχωμένες, πανέτοιμες να αντιμετωπίσουν τον εξωτερικό ανταγωνισμό που θα ακολουθήσει τη φιλελευθεροποίηση. Οι δύο μεγαλύτερες κυπριακές τράπεζες έχουν ήδη την πολύτιμη εμπειρία επιτυχούς δραστηριότητας σε δύο χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Μεγάλη Βρετανία και Ελλάδα). Και οι δύο τράπεζες έχουν επιδείξει την απαραίτητη προσαρμοστικότητα και ευελιξία στο νέο τους ανταγωνιστικό περιβάλλον και επεκτείνονται δυναμικά. Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου, συγκρινόμενο με αυτό της Ευρωπαϊκής Ένωσης από την άποψη της φερεγγυότητας και της επικερδότητας, δεν υστερεί. Επιπρόσθετα χαρακτηρίζεται από υψηλή ικανότητα προσαρμογής, γεγονός που θα του επιτρέψει να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις που θα προκύψουν από την ένταξη της Κύπρου στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Μούσκος 1996).

Οι εγχώριες τράπεζες που υπάρχουν στην Κύπρο προσφέρουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών το οποίο συγκρίνεται ευνοϊκά με τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Κατά την περίοδο 1996-2001, το σύνολο ενεργητικού των εγχώριων τραπεζών σημείωσε μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 16% και όπως φαίνεται και στον Πίνακα 5 το 2001 ανήλθε στα 25,5δισ ευρώ ή στο 250% περίπου του ΑΕΠ (Πασιαρδής 2003).

Πίνακας 5 Σύνολο Ενεργητικού των τραπεζικών ιδρυμάτων της Κύπρου

Τύπος τραπεζικού ιδρύματος	Αριθμός	Σύνολο Ενεργητικού (δισ ευρώ)
Εμπορικές Τράπεζες	9	}25.5
Εξειδικευμένα Τραπεζικά Ιδρύματα	3	
Διεθνή Τραπεζικά Ιδρύματα	28	11.5
Συνεργατικά Ιδρύματα	363	6.2

Πηγή: Κεντρική Τράπεζα Κύπρου 2003

Επίσης, ο τραπεζικός τομέας παρουσιάζει υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, αφού οι τρεις μεγαλύτερες εμπορικές τράπεζες (Τράπεζα Κύπρου, Λαϊκή Τράπεζα και Ελληνική Τράπεζα) έχουν το 75% του συνολικού ενεργητικού, καθώς και το 73% των συνολικών δανείων του τομέα. Αντίστοιχα, οι πέντε μεγαλύτερες τράπεζες συγκεντρώνουν το 89% του συνολικού ενεργητικού και το 85% των συνολικών δανείων. Όσον αφορά την απασχόληση, κατά το τέλος του 2001, ο εγχώριος τραπεζικός τομέας απασχολούσε 7800 άτομα ή το 2,6% του συνολικά απασχολούμενου εργατικού δυναμικού της χώρας (Georgiadou 2002).

Τέλος, οι τραπεζικές εργασίες στην Κύπρο άρχισαν εξ ολοκλήρου μέσω των ιδιωτικών πρωτοβουλιών και δεν υπάρχει καμία κρατική ιδιοκτησία στον τομέα. Με εξαίρεση τα δύο πολύ μικρά κυβερνητικά ελεγχόμενα εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα, την Κυπριακή Τράπεζα Αναπτύξεως Λτδ και τον Οργανισμό Χρηματοδοτήσεως Στέγης, που το 2001 κατείχαν μόνο το 4,3% του συνολικού ενεργητικού του τραπεζικού τομέα, η μεγάλη πλειοψηφία του τομέα βρίσκεται σε ιδιωτικά χέρια (Georgiadou 2002).

4.2 Οι εμπορικές τράπεζες

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και στην πιο πάνω ενότητα, σήμερα στην Κύπρο λειτουργούν δεκατέσσερις εγχώριες τράπεζες, εκ των οποίων οι έντεκα είναι εμπορικές τράπεζες και οι υπόλοιπες τρεις εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα. Όλες οι τράπεζες είναι εγγεγραμμένες στην Κύπρο με εξαίρεση την Arab Bank plc και την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος Α.Ε. που λειτουργούν ως υποκαταστήματα ξένων τραπεζών. Οι εμπορικές τράπεζες, που είναι εγγεγραμμένες στην Κύπρο, είναι η Τράπεζα Κύπρου Λτδ, η Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα Λτδ, η Ελληνική Τράπεζα Λτδ, η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα Λτδ, η Universal Bank Ltd, η Alpha Bank Ltd, η

Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου) Λτδ, η Emporiki Bank – Cyprus Ltd και η Société Générale Cyprus Ltd, όπου οι τελευταίες τέσσερις είναι θυγατρικές ξένων τραπεζών.

Στη συνέχεια θα γίνει μία σύντομη παρουσίαση για τις εννιά εμπορικές τράπεζες του νησιού, αφού η Συνεργατική Κεντρική Τράπεζα Λτδ έχει ήδη παρουσιαστεί στο Κεφάλαιο 1 της παρούσας εργασίας.

4.2.1 Η Τράπεζα Κύπρου

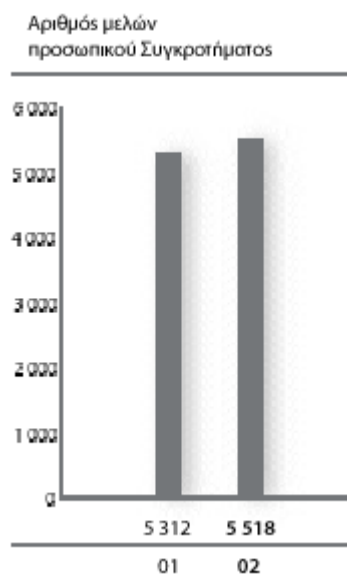
Το Συγκρότημα της Τράπεζας Κύπρου ιδρύθηκε το 1899, και είναι σήμερα ο ηγετικός χρηματοοικονομικός οργανισμός στην Κύπρο. Προσφέρει ένα ευρύ φάσμα χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών που περιλαμβάνει τραπεζικές υπηρεσίες, χρηματοδοτήσεις, φάκτοριγκ, χρηματοεπενδυτικές υπηρεσίες, διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων, υπηρεσίες θεματοφυλακής, ασφάλειες γενικού κλάδου και ζωής.

Η Τράπεζα Κύπρου Λτδ κατέχει ηγετική θέση στην εγχώρια αγορά. Από το 1991, η Τράπεζα άρχισε τη δυναμική της επέκταση στην Ελλάδα. Το σύνολο των τραπεζικών εργασιών του Συγκροτήματος στην Ελλάδα κατατάσσεται ως η έβδομη σε μέγεθος τράπεζα στην ελληνική αγορά (με βάση τις καταθέσεις και τις χορηγήσεις). Η εξάπλωση της Τράπεζας σε χώρες όπου ζει και δημιουργεί το ελληνικό στοιχείο την καθιερώνει ως τη διεθνή τράπεζα του Ελληνισμού, αφού το Συγκρότημα έχει εδραιώσει την παρουσία του στο Ηνωμένο Βασίλειο. Ακόμη, η παρουσία του Συγκροτήματος στο εξωτερικό ενισχύθηκε περαιτέρω το 2000 με την εξαγγελία για λειτουργία πλήρους εξαρτημένης τράπεζας στην Αυστραλία (Eurokerdos 2004).

Το Συγκρότημα λειτουργεί σήμερα μέσω 302 σημείων εξυπηρέτησης, από τα οποία 198 λειτουργούν στην Κύπρο, 90 στην Ελλάδα, οκτώ στο Ηνωμένο Βασίλειο, πέντε στην Αυστραλία και ένα στα Channel Islands. Επιπλέον, η Τράπεζα Κύπρου λειτουργεί καταστήματα αντιπροσωπείας στις Η.Π.Α., Καναδά, Νότια Αφρική, Ρωσία και Ρουμανία. Στις 30 Σεπτεμβρίου 2003, το Συγκρότημα εργοδοτούσε 5,624 άτομα διεθνώς, ενώ το 2002 απασχολούσε 5,518 άτομα (Eurokerdos 2004)

Διάγραμμα 2.

Διάγραμμα 2 Προσωπικό Συγκροτήματος της Τράπεζας Κύπρου



Πηγή: <http://www.bankofcyprus.com>

Το Συγκρότημα είναι ο μεγαλύτερος χρηματοοικονομικός οργανισμός στην Κύπρο, με Σύνολο Ενεργητικού £9,61 δις (16,39 δις Ευρώ) στις 31 Μαρτίου 2004, αυξημένο κατά 18% σε σύγκριση με τις 31 Μαρτίου 2003. Κατά την ίδια ημερομηνία, οι εργασίες του Συγκροτήματος στην Ελλάδα είχαν συνολικό ενεργητικό £3,52 δις. (€6,00 δις.), σημειώνοντας ετήσια αύξηση 32%. Τα Ίδια Κεφάλαια του Συγκροτήματος έφθασαν τα £902,6 εκατ. (€1,54 δις), σημειώνοντας αύξηση 18% σε σύγκριση με τις 31 Μαρτίου 2003 (Τράπεζα Κύπρου 2004).

Ο Δείκτης Κεφαλαιακής Επάρκειας του Συγκροτήματος στις 30 Ιουνίου 2003 βρισκόταν στο 12.1%. Οι Moody's Investor Services, Inc. κατέταξαν την Τράπεζα Κύπρου στη βαθμίδα A3 (σταθερός ορίζοντας) για τη μακροχρόνια πιστοληπτική της ικανότητα, ενώ οι Fitch Ratings κατέταξαν την Τράπεζα Κύπρου στη βαθμίδα A- (σταθερός ορίζοντας) (<http://www.bankofcyprus.com>).

Οι μετοχές της Τράπεζας Κύπρου είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου (ΧΑΚ) και στο Χρηματιστήριο Αθηνών. Στις 31 Δεκεμβρίου 2003, η συνολική κεφαλαιοποίηση της Τράπεζας Κύπρου αντιπροσώπευε το 23.8% της συνολικής κεφαλαιοποίησης του ΧΑΚ (<http://www.bankofcyprus.com>).

Η ιστορία του Συγκροτήματος της Τράπεζας Κύπρου ξεκινά το 1899 με την ίδρυση και λειτουργία του «Ταμιευτηρίου Λευκωσίας» από φιλοπρόόδους πολίτες της Λευκωσίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί σε άλλο κεφάλαιο. Το 1912 το Ταμιευτήριο

Λευκωσίας μετονομάστηκε σε «Τράπεζα Κύπρου», που αναγνωρίστηκε ως ανώνυμη εταιρεία, ενώ το 1930 έχουμε την εγγραφή της Τράπεζας Κύπρου ως εταιρείας περιορισμένης ευθύνης (Τράπεζα Κύπρου Λίμιτεδ), σύμφωνα με τον κυπριακό Περί Εταιριών Νόμο 18 του 1922. Στη συνέχεια, το 1943 η Τράπεζα Κύπρου συγχωνεύθηκε με τραπεζικά ιδρύματα των άλλων πόλεων και επεκτάθηκε σε ολόκληρη την Κύπρο, ενώ υιοθέτησε και το αρχαίο κυπριακό νόμισμα με την επιγραφή «ΚΟΙΝΟΝ ΚΥΠΡΙΩΝ» ως έμβλημά της. Κατά την περίοδο 1944 – 1964 παρατηρείται ιδιαίτερη ανάπτυξη των εργασιών της τράπεζας, αφού ιδρύθηκε η Κτηματική Τράπεζα Κύπρου (1944), οι Γενικές Ασφάλειες Κύπρου (1951), η Τράπεζα Κύπρου στο Λονδίνο (1955) για εξυπηρέτηση της κυπριακής παροικίας του Λονδίνου και ο Οργανισμός Χρηματοδοτήσεως Τράπεζας Κύπρου (1964) καθώς επίσης εισήγαγε και το θεσμό της ενοικιαγοράς στην Κύπρο. Το 1973 έχουμε την αναδιάρθρωση του Συγκροτήματος και την ίδρυση της Τράπεζας Κύπρου (Επενδύσεις) που ανέλαβε τις μετοχές της Τράπεζας Κύπρου και όλων των εξαρτημένων της εταιριών (Phylaktis 1995).

Κατά τη δεκαετία 1980 - 90 πραγματοποιήθηκε η ανάληψη του κύκλου εργασιών της Τράπεζας Τσιάρτερτ στην Κύπρο, η ίδρυση του Κυπριακού Οργανισμού Επενδύσεων & Αξιών (CISCO), η ένταξη της εταιρείας Κέρμια στο Συγκρότημα της Τράπεζας Κύπρου, η ίδρυση των γραφείων αντιπροσωπείας της Τράπεζας στην Ελλάδα και στην Αυστραλία, η ίδρυση του Πολιτιστικού Ιδρύματος Τραπεζής Κύπρου και η ίδρυση της ασφαλιστικής εταιρείας EuroLife με ειδίκευση στις ασφάλειες ζωής. Το 1991 λειτούργησε το πρώτο κατάστημα της Τράπεζας Κύπρου στην Ελλάδα και ιδρύθηκε επίσης το Ιατρικό Ίδρυμα της Τράπεζας Κύπρου. Το 1992 ακολούθησε η ίδρυση της Τράπεζας Κύπρου (Φάκτορς), καθώς επίσης το 1994 η ίδρυση της ABC Factors, της πρώτης εταιρείας factoring στην Ελλάδα, σε συνεργασία και με ίση συμμετοχή της Alpha Τράπεζας, αλλά και η αγορά της Karmazi Properties & Investments και μετονομασία της σε Kermia Properties & Investments. Το 1995 ιδρύθηκε γραφείο αντιπροσωπείας στη Νότιο Αφρική, λειτούργησε το BOC Global Equity Fund, το οποίο είναι το πρώτο διεθνές αμοιβαίο κεφαλαίο που δημιουργήθηκε από κυπριακή τράπεζα καθώς και το Μουσείο Ιστορίας της Κυπριακής Νομισματοκοπίας. Το επόμενο έτος, 1996, ιδρύθηκε στο Guernsey η εταιρεία Bank of Cyprus (Channel Islands), η οποία ήταν η πρώτη ελληνική διεθνές τραπεζική μονάδα στα Channel Islands. Ακόμη ιδρύθηκε γραφείο αντιπροσωπείας στο Τορόντο του Καναδά, λειτούργησε το πρώτο πλήρως

αυτοματοποιημένο κατάστημα 24ωρης εξυπηρέτησης στην Κύπρο, ενώ πραγματοποιήθηκε και η πρώτη διεθνής έκδοση χρεογράφων ύψους £40 εκατ (<http://www.bankofcyprus.com>).

Κατά το 1997 ιδρύθηκε στην Ελλάδα η εταιρεία Κύπρου Χρηματοδοτικές Μισθώσεις (Κύπρου Leasing) και επίσης λειτούργησε το πρώτο κατάστημα της Τράπεζας Κύπρου στο Λονδίνο, το οποίο λειτουργεί παράλληλα με την Τράπεζα Κύπρου (Λονδίνο). Το 1998 ιδρύθηκαν γραφεία αντιπροσωπείας στη Νέα Υόρκη και στη Μόσχα, ιδρύθηκε στην Ελλάδα η Ανώνυμη Εταιρεία Διαχείρισης Αμοιβαίων Κεφαλαίων Κύπρου (ΑΕΔΑΚ), έγινε η εισαγωγή της μετοχής του Συγκροτήματος στο Χρηματιστήριο του Λονδίνου με τη μορφή των Διεθνών Πιστοποιητικών (Global Depositary Receipts - GDRs) και άρχισε η λειτουργία του Ογκολογικού Κέντρου της Τράπεζας Κύπρου στη Λευκωσία. Το επόμενο έτος, 1999, πραγματοποιήθηκε η υποβολή ενημερωτικού δελτίου για εισαγωγή των μετοχών του Συγκροτήματος στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών και αναδιάρθρωση του Συγκροτήματος και αντικατάσταση των μετοχών της Τράπεζας Κύπρου (Επενδύσεις) με μετοχές της Τράπεζας Κύπρου Λτδ, σε αναλογία δύο προς μία. Επίσης, ιδρύθηκε γραφείο αντιπροσωπείας στο Βουκουρέστι καθώς και οι εταιρείες, Κύπρου Εμπορική ΑΕ και Κύπρου Ακίνητα ΑΕ (Phylaktis 1995).

Το 2000 έγινε η επιτυχής εισαγωγή της μετοχής της Τράπεζας στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών (ΧΑΑ), η ίδρυση της Bank of Cyprus Australia Pty Ltd και η λειτουργία των πρώτων καταστημάτων της εταιρείας. Επίσης ιδρύθηκε η BOC Ventures Ltd και η Τράπεζα Κύπρου Αμοιβαία Κεφάλαια Λτδ, καθώς και η εισαγωγή του Direct Banking για παροχή υπηρεσιών μέσω εναλλακτικών καναλιών εξυπηρέτησης (διαδίκτυο, τηλέφωνο, WAP). Κατά το 2001 πραγματοποιήθηκε η σύσταση καταστήματος των Γενικών Ασφαλειών Κύπρου στην Ελλάδα, με την ονομασία Κύπρου Ασφαλιστική, και της EuroLife, με την ονομασία Κύπρου Ζωής και εξαγοράστηκε η ελληνική χρηματιστηριακή εταιρεία Victory AXEΠΕΥ, η οποία μετονομάστηκε σε Κύπρου AXEΠΕΥ (Κύπρου Χρηματιστηριακή). Επίσης πραγματοποιήθηκε επιτυχής έκδοση ομολογιακού δανείου ύψους 275 εκατ. ευρώ (£160 εκατ.), το μεγαλύτερο που πραγματοποιήθηκε από κυπριακό ή ελληνικό χρηματοοικονομικό οργανισμό, καθώς και πώληση του μεριδίου (50%) της Τράπεζας Κύπρου Λτδ στην ABC Factors προς την Alpha Τράπεζα. Τέλος, το 2002 έγινε η σύσταση των υπηρεσιών factoring εντός της Τράπεζας στην Ελλάδα (<http://www.bankofcyprus.com>).

Όσον αφορά τις τραπεζικές υπηρεσίες, με τις οποίες ασχολείται η παρούσα εργασία, το Συγκρότημα της Τράπεζας Κύπρου τις παρέχει μέσω της Τράπεζας Κύπρου Λτδ σε Κύπρο, Ελλάδα και Ηνωμένο Βασίλειο, της Κτηματικής Τράπεζας Κύπρου Λτδ που λειτουργεί μόνο στην Κύπρο, της Bank of Cyprus (London) Ltd στο Ηνωμένο Βασίλειο, της Bank of Cyprus Australia Pty Ltd στην Αυστραλία και της Bank of Cyprus (Channel Islands) Ltd στο Guernsey (<http://www.bankofcyprus.com>).

Η Τράπεζα Κύπρου είναι η μεγαλύτερη εμπορική τράπεζα στην Κύπρο. Προσφέρει ευρύ κύκλο τραπεζικών και άλλων οικονομικών υπηρεσιών σε άτομα, σε επιχειρήσεις, στην Κυβέρνηση, στα Δημόσια Ιδρύματα, κλπ. Η Τράπεζα καλύπτει την αγορά μέσω 198 καταστημάτων της που λειτουργούν στην Κύπρο και με τη συνεργασία 2.300 ανταποκριτών, περιλαμβανομένων όλων των μεγάλων διεθνών τραπεζών. Στο εξωτερικό, η Τράπεζα Κύπρου έχει μια σημαντική παρουσία. Το 1991 άνοιξε το πρώτο της κατάστημα στην Αθήνα. Σταδιακά επεκτάθηκε σχεδόν σε ολόκληρη την Ελλάδα, όπου σήμερα προσφέρει ένα ευρύ φάσμα τραπεζικών υπηρεσιών μέσω 90 καταστημάτων, εκ των οποίων τα 37 καταστήματα βρίσκονται στην Αττική και 53 στην περιφέρεια, στην οποία και επικεντρώνεται η επέκταση του δικτύου το επόμενο διάστημα. Στο τέλος του χρόνου αναμένεται ότι τα καταστήματα της στην Ελλάδα θα ανέλθουν σε 120, με στόχο την παρουσία της Τράπεζας σε κάθε Νομό (Eurokerdos 2004). Διατηρεί, επίσης γραφεία αντιπροσωπείας στον Καναδά, Νέα Υόρκη, Νότια Αφρική, Μόσχα και Ρουμανία. Το 1997, η Τράπεζα λειτούργησε το πρώτο της υποκατάστημα στο Λονδίνο, το οποίο λειτουργεί παράλληλα με την Τράπεζα Κύπρου (Λονδίνο).

Η Κτηματική Τράπεζα Κύπρου ειδικεύεται κυρίως στη χορήγηση μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων δανείων για την ανάπτυξη της τουριστικής και μεταποιητικής βιομηχανίας.

Η Τράπεζα Κύπρου (Λονδίνο) είναι μία πλήρως εξουσιοδοτημένη εμπορική τράπεζα στο Ηνωμένο Βασίλειο με έδρα το Λονδίνο. Με έξι καταστήματα σε κεντρικές περιοχές του Λονδίνου, ένα στο Μπέρμιγχαμ και ένα στο Μάντσεστερ, προσφέρει πάσης φύσεως τραπεζικές και συναφείς υπηρεσίες και εξυπηρετεί κυρίως την Ελληνική παροικία στο Ηνωμένο Βασίλειο (<http://www.bankofcyprus.com>).

Η Τράπεζα Κύπρου (Αυστραλία) είναι μία νεοϊδρυθείσα εξαρτημένη εταιρεία της Τράπεζας Κύπρου που διεξάγει πλήρεις τραπεζικές εργασίες. Είναι η πρώτη από όλο τον Ελληνικό τραπεζικό χώρο τράπεζα που δημιουργείται στην Αυστραλία. Λειτουργεί πέντε καταστήματα, δύο στη Μελβούρνη, δύο στο Σίδνεϋ και ένα στην

Αδελαιΐδα. Επιπλέον λειτουργεί μια τραπεζική θυρίδα στα Διοικητικά Γραφεία τα οποία εδρεύουν στο κέντρο της Μελβούρνης (<http://www.bankofcyprus.com>).

Η Bank of Cyprus (Channel Islands) άρχισε τη λειτουργία της τον Ιούλιο του 1996 στο Guernsey, Channel Islands ως εξουσιοδοτημένη υπεράκτια τράπεζα και διέπεται από τους κανονισμούς του Guernsey Financial Services Commission. Παρέχει την ευκαιρία σε Κύπριους και μη να τοποθετήσουν τις καταθέσεις τους και να πάρουν χορηγήσεις από ένα από τα πιο φημισμένα χρηματοοικονομικά κέντρα του κόσμου (<http://www.bankofcyprus.com>).

Το Συγκρότημα υποστηρίζει ότι το ανθρώπινό του δυναμικό αποτελεί τον πυρήνα της επιτυχίας του. Με βάση την πιο πάνω αρχή διαμορφώθηκε η στρατηγική της Διεύθυνσης Ανθρώπινου Δυναμικού για το 2002. Από τη μια η βασική στρατηγική ήταν η υποστήριξη της επέκτασης του Συγκροτήματος στην Ελλάδα και από την άλλη η συγκράτηση των εξόδων σε λειτουργικές διαδικασίες που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό (Υπηρεσία Στρατηγικού Προγραμματισμού Τράπεζας Κύπρου 2003).

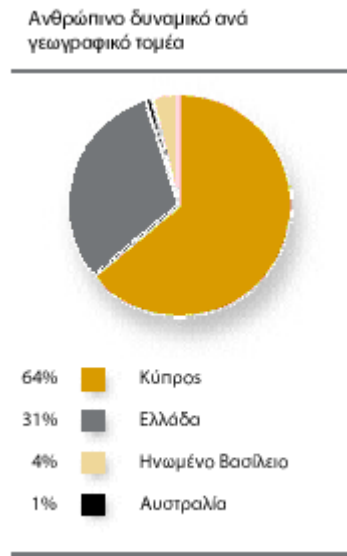
Στην Κύπρο, δόθηκε έμφαση στην πρόσληψη κατόχων μεταπτυχιακών προσόντων που μέσα από τις διαδικασίες επιλογής και πρόσληψης κρίθηκαν ότι διαθέτουν τις απαραίτητες ικανότητες για σταδιοδρομία στην Τράπεζα. Από την άλλη οι προσλήψεις γραφειακού προσωπικού περιορίστηκαν στο ελάχιστο με παράλληλη προσπάθεια αξιοποίησης του υφιστάμενου προσωπικού (<http://www.bankofcyprus.com>).

Στην Ελλάδα προσλήφθηκαν 213 άτομα το 2002. Η αναπτυξιακή πορεία και η επέκταση του δικτύου του Συγκροτήματος στην Ελλάδα, το εδραιώνουν ως εργοδότη προτίμησης και το εντάσσουν στους πλέον σύγχρονους οργανισμούς σύμφωνα με την πρόσφατη έκδοση *Οι 100 πιο Σύγχρονες Εταιρείες – Εργοδότες* (<http://www.bankofcyprus.gr>).

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, το προσωπικό μειώθηκε από 277 σε 246 με βάση το στρατηγικό σχέδιο του Συγκροτήματος. Η μείωση αυτή έγινε μέσω αφυπηρετήσεων, εθελοντικών αποχωρήσεων και μη αντικατάστασης του έκτακτου προσωπικού.

Στην Αυστραλία, η Τράπεζα βρίσκεται στα αρχικά στάδια της ανάπτυξής της. Υπάρχουν οι ευκαιρίες για πρόσληψη ικανού προσωπικού, παράλληλα όμως παρέχονται κίνητρα για εσωτερική ανέλιξη του υφιστάμενου προσωπικού (Διάγραμμα 3)

Διάγραμμα 3 Ανθρώπινο Δυναμικό Συγκροτήματος Τράπεζας Κύπρου ανά γεωγραφικό τομέα



Πηγή: <http://www.bankofcyprus.com>

Η ανέλιξη του προσωπικού στο Συγκρότημα γίνεται με βάση αξιοκρατικά κριτήρια και διαδικασίες ώστε να διασφαλιστεί μελλοντικά η ύπαρξη ικανών στελεχών σε όλα τα επίπεδα. Πολιτική του Συγκροτήματος αναφορικά με την πλήρωση καίριων θέσεων είναι όπως αυτή γίνεται από το υφιστάμενο προσωπικό. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω ενός προσεκτικά σχεδιασμένου συστήματος διαδοχής.

Στην Κύπρο συνεχίστηκε κατά το 2002 η εφαρμογή του πρωτοποριακού συστήματος ετήσιας αξιολόγησης του προσωπικού που εισάχθηκε πριν από δύο χρόνια. Το σύστημα δίνει έμφαση τόσο στον καθορισμό και στην αξιολόγηση στόχων εργασίας όσο και στην προσωπική ανάπτυξη του προσωπικού, ενώ αποφεύγονται οι αδυναμίες των παραδοσιακών συστημάτων αξιολόγησης και κυρίως η χρήση βαθμολογίας. Το σύστημα στηρίζεται επίσης σε μια ανοικτή και αμφίδρομη διαδικασία επικοινωνίας μεταξύ των υπεύθυνων αξιολόγησης και των αξιολογούμενων (Τράπεζα Κύπρου 2004).

Εκτός από το ετήσιο σύστημα αξιολόγησης του προσωπικού γίνονται και άλλες μορφές αξιολογήσεων όπως η αξιολόγηση των στελεχών από τα μέλη της ομάδας την οποία εποπτεύουν, και η Αξιολόγηση 3600 όσον αφορά την συμπεριφορά ενός ατόμου στην εργασία του από διάφορες πηγές όπως προϊστάμενους, υφιστάμενους και συνεργάτες (Τράπεζα Κύπρου 2004).

Στην Ελλάδα, το σύστημα ετήσιας αξιολόγησης προσωπικού είναι διαφορετικό από αυτό της Κύπρου, αλλά στηρίζεται και αυτό σε μια ανοικτή και αμφίδρομη διαδικασία επικοινωνίας μεταξύ των υπεύθυνων αξιολόγησης και των αξιολογούμενων και δίνει επίσης έμφαση στην προσωπική ανάπτυξη των αξιολογούμενων. Επιπλέον οι πτυχές επίδοσης, δηλαδή οι δεξιότητες που αξιολογούνται μέσω του συστήματος, είναι παρόμοιες με αυτές που αξιολογούνται στην Κύπρο. Στην Ελλάδα γίνεται, όπως και στην Κύπρο η αξιολόγηση των στελεχών από τα μέλη της ομάδας την οποία εποπτεύουν. Τέλος, για τα μεσαία στελέχη του Συγκροτήματος, η εικόνα της επίδοσής τους συμπληρώνεται από το προφίλ επαγγελματικών δεξιοτήτων, το οποίο προκύπτει από τη συμμετοχή τους σε Κέντρα Ανάπτυξης (<http://www.bankofcyprus.gr>).

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, το σύστημα αξιολόγησης του προσωπικού είναι σύστημα διαχείρισης επίδοσης και συνδέεται άμεσα με τις αμοιβές του προσωπικού. Σε αυτό το σύστημα έγινε εκτεταμένη εκπαίδευση των διευθυντών και των προϊσταμένων μέσα στο 2002.

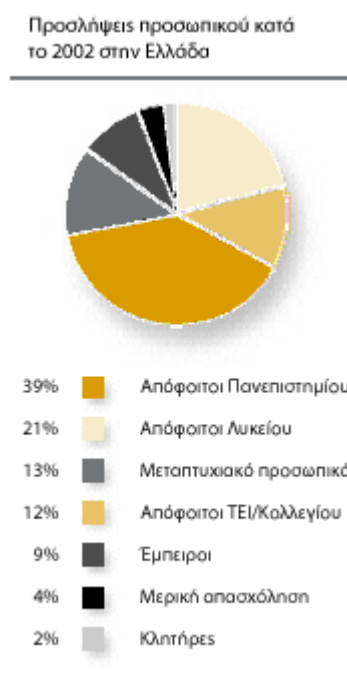
Η βασική φιλοσοφία του Συγκροτήματος για παρακίνηση του προσωπικού βασίζεται στον σεβασμό, στην αναγνώριση της εργασίας και των επιτευξέων του, στην ανοικτή επικοινωνία, στη σωστή διαχείριση, κατανόηση και ικανοποίηση των αναγκών του. Επίσης, η έμφαση που δίνεται από το Συγκρότημα, τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό, στην εκπαίδευση και στην προσωπική ανάπτυξη του κάθε εργαζόμενου αποτελεί ένα σημαντικό κίνητρο και μια μορφή επιβράβευσης του προσωπικού (<http://www.bankofcyprus.com>).

Ο τομέας εκπαίδευσης και ανάπτυξης του προσωπικού έχει ως σκοπό την υποστήριξη του Συγκροτήματος στην επίτευξη των στρατηγικών του στόχων, στην αποτελεσματική λειτουργία όλων των τομέων και στην προσαρμογή του προσωπικού στις συνεχείς αλλαγές που έχει να αντιμετωπίσει. Μέσω της επαγγελματικής κατάρτισης του προσωπικού και της ανάπτυξης των ικανοτήτων του, παρέχονται τα εφόδια για προσφορά της καλύτερης εξυπηρέτησης προς τους πελάτες, αύξηση της παραγωγικότητας και γενικότερα επίτευξη των υπόλοιπων στόχων του Συγκροτήματος. Η επένδυση στην εκπαίδευση συνεχίστηκε και το 2002, με συμμετοχή του προσωπικού σε σεμινάρια αλλά και με εκπαίδευση στο χώρο εργασίας. Όσον αφορά τη συμμετοχή σε σεμινάρια, ο μέσος όρος εκπαίδευσης του προσωπικού του Συγκροτήματος ανήλθε το 2002 στις τρεις μέρες κατά άτομο περίπου.

Κατά το 2002, δόθηκε έμφαση στην εκπαίδευση των υπαλλήλων με καθήκοντα ταμεία πολλαπλών ειδικοτήτων για συνεχή αναβάθμιση της ποιότητας εξυπηρέτησης προς τους πελάτες. Έμφαση στην εκπαίδευση δόθηκε επίσης στον τομέα χρηματοδοτήσεων, σε θέματα τεχνολογίας, όπως επίσης και στον τομέα ασφάλειας. Το 2002 συνεχίστηκε η αναθεώρηση διαφόρων σεμιναρίων τεχνικής κατάρτισης και ανάπτυξης ικανοτήτων τόσο του γραφειακού προσωπικού όσο και διευθυντικών στελεχών. Αναθεωρήθηκε επίσης το πρόγραμμα εκπαίδευσης των νεοπροσληφθέντων κατόχων μεταπτυχιακών προσόντων.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τις εξελίξεις στον τομέα της εκπαίδευσης, εξετάστηκε πάνω σε πιλοτική βάση η εξ αποστάσεως εκπαίδευση με χρήση της πιο σύγχρονης τεχνολογίας με προοπτική ενσωμάτωσής της στο υπόλοιπο πρόγραμμα εκπαίδευσης της Τράπεζας. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα, οι κυριότερες δραστηριότητες, και κυρίως οι καινοτόμες, του Τομέα Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού για το έτος 2002 ήταν η εφαρμογή του e-learning σε εκπαιδευτικά προγράμματα ανάπτυξης προσωπικών δεξιοτήτων και η λειτουργία εικονικού καταστήματος για την εκπαίδευση προσωπικού νέων καταστημάτων (Διάγραμμα 4).

Διάγραμμα 4 Προσλήψεις προσωπικού της Τράπεζας Κύπρου στην Ελλάδα κατά το 2002



Πηγή: <http://www.bankofcyprus.gr>

Σύμφωνα με τον κ. Χαρίλαο Σταυράκη, αναπληρωτή ανώτατο εκτελεστικό διευθυντή εργασιών του Συγκροτήματος Τράπεζας Κύπρου, ο τραπεζικός ανταγωνισμός, ο οποίος ήταν πάντοτε υπαρκτός στην Κύπρο, λόγω της ελευθεροποίησης της αγοράς έχει πλέον καταστεί πολύ πιο πολύπτυχος και εκφράζεται σε ανταγωνισμό που καλύπτει την τιμολόγηση, το προσφερόμενο φάσμα των τραπεζικών προϊόντων, την ποιότητα εξυπηρέτησης, τη διείσδυση νέων αγορών κλπ. Η Τράπεζα Κύπρου, ως η μεγαλύτερη τράπεζα του νησιού, φυσιολογικά δέχεται πρώτη την πίεση των προσπαθειών όλων των μικρών τραπεζών και συνεργατικών ιδρυμάτων για αύξηση του μεριδίου τους. Παρόλα αυτά, η τράπεζα είναι υπέρ του ανταγωνισμού, αφού πιστεύει ότι ωφελεί τόσο τους πελάτες των τραπεζών όσο και τις ίδιες τις τράπεζες, αφού τους δίνει το απαραίτητο κίνητρο για περαιτέρω εκσυγχρονισμό και ανάπτυξη, πράγμα που θα τους επιτρέψει να ανταγωνιστούν καλύτερα και στη διεθνή τραπεζική αγορά.

Η Τράπεζα Κύπρου επικεντρώνεται σε όλους τους τομείς για να αξιοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις ευκαιρίες της αγοράς. Ειδικότερα, στην Κύπρο προσπαθούν να αναβαθμίσουν την ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών, αφού στόχος είναι να αναπτύξουν ένα νέο μοντέλο σχέσης μεταξύ πελατών και Τράπεζας, έτσι ώστε ο Κύπριος πελάτης, είτε ως άτομο είτε ως επιχείρηση να απολαμβάνει την ίδια εξυπηρέτηση που απολαμβάνει και ο Ευρωπαίος πελάτης που συναλλάσσεται με τις μεγάλες ευρωπαϊκές τράπεζες. Το νέο μοντέλο σχέσης μεταξύ πελατών και τράπεζας που οραματίζονται τα στελέχη της τράπεζας, στηρίζεται σε ένα βασικό τρίπτυχο (Σταυράκης 2004): Πρώτο, στην ανάπτυξη μιας πιο στενής σχέσης πάνω σε μακροχρόνια και ολοκληρωμένη βάση, έτσι ώστε και ο πελάτης να αισθάνεται ότι ο προσωπικός του τραπεζίτης (personal banker) είναι πάντα δίπλα του για να τον συμβουλευεί για θέματα χρηματοοικονομικά, τραπεζικά και άλλα συναφή. Δεύτερο, στοχεύουν στην προσφορά πιο σύγχρονων προϊόντων στο δανειοδοτικό, στον επενδυτικό τομέα καθώς και σε άλλους πιο εξειδικευμένους τομείς, όπως είναι ο τομέας ξένου συναλλάγματος κλπ. Αυτό, στηρίζεται στο γεγονός ότι λόγω της ελευθεροποίησης του συστήματος, τα τραπεζικά θέματα έχουν γίνει πιο περίπλοκα απ' ότι στο παρελθόν, γεγονός που απαιτεί ειδικευμένη και πιο επαγγελματική προσέγγιση. Τρίτο, θα δώσουν περισσότερη έμφαση στο θέμα της γρήγορης εξυπηρέτησης του πελάτη, έτσι ώστε οι σχετικές του ανάγκες να ικανοποιούνται όσο πιο έγκαιρα γίνεται. Για την επίτευξη του στόχου αυτού θα συμβάλουν οι εναλλακτικοί τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή, όπως είναι οι Μηχανές

Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), η ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking) και η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, για τα οποία θα γίνει περαιτέρω ανάλυση στο επόμενο κεφάλαιο.

Η Τράπεζα Κύπρου, έχει ένα σοβαρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων τραπεζών, αφού έχουν το παράδειγμα και το μοντέλο λειτουργίας της Τράπεζας Κύπρου στην Ελλάδα, μιας πάρα πολύ πετυχημένης πορείας, αφού η Τράπεζα Κύπρου είναι σήμερα η μεγαλύτερη ξένη τράπεζα στον ελληνικό χώρο. Έχοντας, λοιπόν, αυτή την επιτυχημένη πορεία υπόψη, ξεκίνησαν να μελετούν τρόπους εφαρμογής του μοντέλου που έχει υιοθετήσει η Τράπεζα Κύπρου στην Ελλάδα, έτσι ώστε να το υλοποιήσουν και στην Κύπρο (Σταυράκης 2004).

4.2.2 Η Λαϊκή Τράπεζα

Η Λαϊκή Τράπεζα πρωτοεμφανίστηκε στα τραπεζικά δρώμενα της Κύπρου το 1901 με την ίδρυση του « Λαϊκού Ταμιευτηρίου Λεμεσού», από διακεκριμένους και φιλοπρόόδους πολίτες της πόλης με σκοπό την ενθάρρυνση της αποταμίευσης ανάμεσα στο κοινό και τους εργαζομένους. Εξελίχθηκε σε πλήρες τραπεζικό ίδρυμα και ανεγράφη ως η πρώτη δημόσια εταιρεία το 1924, με αριθμό εγγραφής «1» οπότε και μετονομάστηκε σε «Λαϊκή Τράπεζα Λεμεσού Λίμιτεδ». Στα πρώτα 23 χρόνια της λειτουργίας του «Λαϊκού Ταμιευτηρίου Λεμεσού» δεχόταν καταθέσεις και χορηγούσε δάνεια σε τρεχούμενους λογαριασμούς και γραμμάτια. Το 1924, με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου, το Ταμιευτήριο μετατράπηκε σε πλήρη Τράπεζα σύμφωνα με τον Νόμο περί Δημοσίων Εταιρειών που είχε θεσπισθεί λίγο νωρίτερα. Η καινοτομία αυτή χαρακτηρίστηκε ως το πρώτο έναυσμα για την ίδρυση του Χρηματιστηρίου στην Κύπρο (<http://www.laiki.com>).

Το 1967 είναι η δεύτερη σημαντική χρονία / ορόσημο στην ιστορία της τράπεζας. Το χρόνο αυτό η διοίκηση αποφασίζει την επέκταση των δραστηριοτήτων της σε ολόκληρο το νησί και τη μετονομασία της σε «Λαϊκή Κυπριακή Τράπεζα Λίμιτεδ», έτσι που να αντανakλά τον παγκύπριό της χαρακτήρα. Στη συνέχεια η Τράπεζα αρχίζει με γοργούς ρυθμούς να καλύπτει σταδιακά ολόκληρο το νησί, αφού το 1968 ανοίγει το πρώτο κατάστημα της Λαϊκής Κυπριακής Τράπεζας στη Λευκωσία, το 1969 στην Αμμόχωστο και το 1970 στην Πάφο και τη Λάρνακα (Phylaktis 1995).

Το 1970, η Hongkong Bank, ένα από τα μεγαλύτερα τραπεζικά ιδρύματα στον κόσμο αγόρασε το 20% του μετοχικού κεφαλαίου της Λαϊκής Τράπεζας σε τιμή 3 ½

φορές της ονομαστικής της αξίας. Η σύνδεση αυτή ενίσχυσε τις δυνατότητες της Τράπεζας για περαιτέρω ανάπτυξη, αφού εξασφάλισε έτσι ένα εκτεταμένο δίκτυο ανταποκριτών σε ολόκληρο τον κόσμο. Ο παγκόσμιος χαρακτήρας της HongKong Bank και οι τεράστιες οικονομικές της δυνατότητες αύξησαν τόσο εντός όσο και εκτός της Κύπρου την εμπιστοσύνη στην Τράπεζα. Για τους πελάτες, και γενικότερα για όσους συναλλάσσονταν με τη Λαϊκή Τράπεζα, η σύνδεση αυτή σήμαινε εμπιστοσύνη και ασφάλεια καθώς και άμεση πρόσβαση σε οποιοδήποτε μέρος της γης (<http://www.laiki.com>).

Η περίοδος από τη δεκαετία του 1980 και μετά χαρακτηρίστηκε από μια γρήγορη επέκταση των εργασιών της Τράπεζας σε όλους τους τομείς και την ταυτόχρονη ανάπτυξη νέων δραστηριοτήτων. Το μερίδιο της στα βασικά μεγέθη της Τραπεζικής αγοράς αυξήθηκε κατακόρυφα στο διάστημα αυτό και δημιουργήθηκαν εξαρτημένες εταιρείες σε εξειδικευμένους τομείς χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, όπως η Λαϊκή Χρηματοδοτήσεις (1969), η Λαϊκή Ασφαλιστική (1981), η Λαϊκή Επενδυτική Λίμιτεδ (1989), η Λαϊκή Φάκτορς (1991) και η Cyprialife (1995). Μέσω της Λαϊκή Φάκτορς προσφέρεται για πρώτη φορά στην Κύπρο η υπηρεσία factoring (αγορά εισπρακτέων λογαριασμών) προσαρμοσμένη στα κυπριακά δεδομένα, εμπλουτίζοντας έτσι το ευρύ φάσμα υπηρεσιών που προσφέρει το Συγκρότημα στους Κύπριους επιχειρηματίες (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Σημαντικό σταθμό στην ανάπτυξη της Λαϊκής Τράπεζας αποτέλεσε η εξαγορά το 1982 των εργασιών της τράπεζας Grindlays στην Κύπρο, που ήταν η μεγαλύτερη και αρχαιότερη τότε ξένη τράπεζα που λειτουργούσε στο νησί και η Τρίτη μεγαλύτερη τράπεζα στην κυπριακή αγορά. Η απόκτηση της Grindlays ενίσχυσε σημαντικά την ανταγωνιστική θέση της Λαϊκής Τράπεζας στην κυπριακή αγορά (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Το 1990 αποτέλεσε χρονολογία ορόσημο στην εξέλιξη της ιστορίας της Λαϊκής Τράπεζας. Συμπληρώνοντας 90 χρόνια λειτουργίας και με το σύνθημα «90 χρόνια νοιαζόμαστε για σας», το Συγκρότημα διέπεται από μία νέα και σύγχρονη φιλοσοφία, της οποίας οι πρωταρχικοί στόχοι ήταν η αναγνώριση του Συγκροτήματος της Λαϊκής Τράπεζας ως του ηγετικού οικονομικού οργανισμού της Κύπρου, το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης των πελατών, η κοινωνική υπευθυνότητα και η οικονομική πρόοδος (<http://www.laiki.com>).

Η πρόσφατη εξαγορά (1999) της Πανευρωπαϊκής Ασφαλιστικής και των εξαρτημένων εταιρειών της, της Φιλικής Ασφαλιστικής και της Interamerican,

αποτελεί ένα καινούριο σταθμό στην περαιτέρω ανάπτυξη του Ομίλου αφού τον καθιστά ως την αδιαμφισβήτητη ηγετική δύναμη στον ασφαλιστικό τομέα.

Η διεθνής επέκταση της Λαϊκής Τράπεζας άρχισε το 1974 με το άνοιγμα του πρώτου καταστήματός της στο Λονδίνο. Στην Ελλάδα η επέκταση πήρε τη μορφή μιας ανεξάρτητης τράπεζας – της Ευρωπαϊκής Λαϊκής Τράπεζας, που ιδρύθηκε το 1992 και που αργότερα μετονομάστηκε σε Λαϊκή Τράπεζα (Ελλάς) Α.Ε.. Κύριος μέτοχος στην Λαϊκή Τράπεζα (Ελλάς) Α.Ε. είναι η Λαϊκή Τράπεζα με ποσοστό 72%. Συμμετέχει επίσης η Hongkong Bank (HSBC) με 6% και γνωστοί Έλληνες και Κύπριοι επιχειρηματίες. Από το 1986 μέχρι το 2001 η Λαϊκή διατηρούσε γραφεία αντιπροσωπείας στην Αυστραλία. Αργότερα λειτούργησε γραφεία αντιπροσωπείας στη Νότιο Αφρική, τον Καναδά, το Βελιγράδι, τη Μόσχα και τη Νέα Υόρκη (<http://www.laiki.com>). Περισσότερες πληροφορίες για τη διεθνή παρουσία του Ομίλου Λαϊκής θα αναφερθούν πιο κάτω.

Σήμερα η Λαϊκή Τράπεζα, η οποία είναι η δεύτερη μεγαλύτερη στην κυπριακή αγορά απασχολώντας 3,438 άτομα διεθνώς, σε συνδυασμό με τις εξαρτημένες εταιρείες της, προσφέρει μια μεγάλη σειρά προϊόντων και υπηρεσιών. Πιο συγκεκριμένα, προσφέρει γενικές τραπεζικές υπηρεσίες στον τομέα ιδιωτών, των Μικρομεσαίων και των Μεγάλων Επιχειρήσεων καθώς και στους τομείς του εμπορίου και των καρτών. Ο τομέας των Ιδιωτών παραμένει ο μεγαλύτερος τομέας δραστηριότητας του Ομίλου. Το δίκτυο των καταστημάτων είναι αυτοματοποιημένο και υποστηρίζεται από ένα εκτεταμένο δίκτυο Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ΑΤΜ). Η Τράπεζα προσφέρει επίσης τραπεζικές υπηρεσίες μέσω του προσωπικού υπολογιστή καθώς και υπηρεσίες τηλεξυπηρετήσης «voice response». Εξάλλου, το 1996 εγκαινίασε το πρώτο κατάστημα 24ωρης Αυτόματης Τραπεζικής Εξυπηρέτησης (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Η Τράπεζα εξυπηρετεί πελάτες μεγάλων επιχειρήσεων μέσω εξειδικευμένων μονάδων που βρίσκονται σε όλες τις πόλεις (Corporate Banking Units). Λειτουργούν επίσης εξειδικευμένες μονάδες υπεράκτιων εταιρειών που προσφέρουν ειδικά προϊόντα και υπηρεσίες σε υπεράκτιες εταιρείες που βρίσκονται στο νησί. Το Τμήμα Διαχείρισης Συναλλάγματος και Διαθεσίμων (treasury) ασχολείται με διατραπεζικές συναλλαγές (spot, forward, swaps), αγορές χρήματος (σε τοπικό και ξένο νόμισμα), τραπεζογραμμάτια, κεφαλαιαγορές (τοπικά και ξένα ομόλογα) και αγορές παράγωγων προϊόντων, επιτοκίων και συναλλαγματικών. Καθώς προχωρεί η φιλελευθεροποίηση της χρηματοοικονομικής αγοράς, οι δραστηριότητες του

Τμήματος Διαχείρισης Συναλλάγματος και Διαθεσίμων επεκτείνονται ανάλογα. Το private banking προσφέρει προσωπικές τραπεζικές υπηρεσίες και μια σειρά από επενδυτικές και χρηματοοικονομικές επιλογές σε συνεργασία με διεθνείς επενδυτικούς οίκους. Η λειτουργία του Χρηματιστηρίου Αξιών Κύπρου οδήγησε στην προσφορά μιας νέας υπηρεσίας, της Υπηρεσίας Θεματοφυλακής. Η υπηρεσία αυτή προσφέρεται σε Διεθνείς Θεματοφύλακες, οι οποίοι μπορούν να διορίσουν την Λαϊκή Τράπεζα ως Θεματοφύλακα στην Κύπρο καθώς και σε επενδυτές, ξένους και ντόπιους (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Επίσης, το Δεκέμβριο του 1999 δημιουργήθηκε το πρώτο κέντρο τηλεφωνικής εξυπηρέτησης στην Κύπρο για το κοινό. Στόχος της υπηρεσίας αυτής είναι η προσφορά ποιοτικής, γρήγορης και ολοκληρωμένης εξυπηρέτησης μέσω τηλεφώνου (<http://www.laiki.com>).

Το 2000 υιοθετήθηκε νέα εταιρική ταυτότητα με ενιαίο λογότυπο για όλες τις εταιρείες του Ομίλου στην Κύπρο και διεθνώς. Η ονομασία «Συγκρότημα Λαϊκής Τράπεζας» άλλαξε σε « Όμιλος Λαϊκής». Κορυφαίο τεχνολογικό επίτευγμα του Ομίλου τον Οκτώβριο του 2000 ήταν η έναρξη της πρώτης ολοκληρωμένης ηλεκτρονικής τράπεζας στην Κύπρο και στην Ελλάδα – της Laiki eBank. Μέσω αυτής ο πελάτης εξυπηρετείται ηλεκτρονικά 24 ώρες το 24ωρο οπουδήποτε και αν βρίσκεται μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών, όπως είναι το διαδίκτυο, το κινητό τηλέφωνο (wap), η Τηλετράπεζα και οι Αυτόματες Ταμειακές Μηχανές – ATM (σύνολο 77 το 2003) με νέα προϊόντα προσαρμοσμένα στο δίκτυο αυτό (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Το 2001 ολοκληρώθηκε η προετοιμασία για την εισαγωγή του θεσμού του Personal Banker, στόχος του οποίου είναι η παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα διαχείρισης χαρτοφυλακίου και η καλύτερη αξιοποίηση των αποταμιεύσεων των πελατών σε σχέση με τις ανάγκες τους. Επίσης, κατά τη διάρκεια του 2001 είχαν σχεδόν ολοκληρωθεί οι διεργασίες για την ίδρυση στη Λευκωσία και στη Λεμεσό κέντρων εξυπηρέτησης διεθνών επιχειρήσεων που λειτουργούν στην Κύπρο (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Μετά από 15 χρόνια δυναμικής παρουσίας στην Αυστραλία, προς το τέλος του Απριλίου του 2001, ο Όμιλος Λαϊκής προχώρησε στη δημιουργία της θυγατρικής τράπεζας με την επωνυμία Λαϊκή Τράπεζα (Αυστραλίας) Λίμιτεδ, αναβαθμίζοντας την παρουσία του στην Αυστραλία σε πλήρη τράπεζα, με τη λειτουργία συνολικά επτά καταστημάτων (<http://www.laiki.com>).

Το Σεπτέμβριο του 2001 προσφέρθηκε στην αγορά ο ηλεκτρονικός τρεχούμενος Laiki eChecking , και η πιστωτική κάρτα Laiki eCard, προσφέροντας ευκολία 24 ώρες το 24ωρο. Ο Όμιλος πρωτοπόρησε για ακόμα μια φορά προσφέροντας για πρώτη φορά στην Κύπρο την υπηρεσία των ηλεκτρονικών μηνυμάτων, Laiki eAlerts, η οποία στέλνει αυτόματα μηνύματα στο κινητό τηλέφωνο. Η Laiki e Payments παρέχει αναβαθμισμένες δυνατότητες διεξαγωγής ηλεκτρονικών πληρωμών και μεταφοράς χρημάτων σε οποιονδήποτε, όπου και αν βρίσκεται ο λογαριασμός του (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Ο Όμιλος Λαϊκής αποδίδει μεγάλη στρατηγική σημασία στην επέκταση των εργασιών εξωτερικού. Η διεθνής του παρουσία περιλαμβάνει τις θυγατρικές τράπεζες στην Ελλάδα και Αυστραλία, έξι καταστήματα στο Ηνωμένο Βασίλειο και δίκτυο έξι γραφείων αντιπροσωπείας στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, Καναδά, Νότιο Αφρική, Ρωσία και Γιουγκοσλαβία. Η συνεισφορά που είχαν οι εργασίες εξωτερικού του Ομίλου στο σύνολο των κερδών πριν από τις προβλέψεις ανήλθε στο 27,6% σε σύγκριση με 23,6% το 2002.

Στην Ελλάδα, η ανάπτυξη των εργασιών προωθείται μέσω του δικτύου καταστημάτων της Λαϊκής Τράπεζας (Ελλάς) Α.Ε. και την προσφορά χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών από θυγατρικές εταιρείες. Το δίκτυο καταστημάτων της Τράπεζας στο τέλος του 2003 έφτασε τα 42 από 36 το 2002, και αναμένετε να αυξηθεί περαιτέρω τα επόμενα χρόνια. Τον Ιούνιο του 2001 η Λαϊκή Τράπεζα (Ελλάς) Α.Ε. εκπλήρωσε την πρώτη φάση των στρατηγικών και επιχειρησιακών της στόχων στον τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής με τη δημιουργία μιας προηγμένης ηλεκτρονικής τράπεζας, την Laiki eBank. Η εισαγωγή της Laiki eBank και στην ελληνική αγορά υπήρξε η απάντηση του Ομίλου Λαϊκής στη διαμόρφωση των νέων χρηματοοικονομικών δεδομένων που δημιουργούν οι τεχνολογικές εξελίξεις. Στους έξι μήνες λειτουργίας της ο ρυθμός ανάπτυξης των συνδρομητών ξεπέρασε τις προσδοκίες της Τράπεζας και κατάφερε να λειτουργήσει ως κίνητρο για την προσέλκυση νέων πελατών, με αποτέλεσμα στο τέλος του 2003 ο αριθμός των συνδρομητών να αυξήθηκε κατά 26,2%. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται δίνουν τη δυνατότητα εξυπηρέτησης από εναλλακτικά κανάλια οποιαδήποτε ώρα της ημέρας και από οπουδήποτε βρίσκεται ο πελάτης με τη χρήση του σταθερού ή κινητού τηλεφώνου, των ΑΤΜ και του Διαδικτύου (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Η Λαϊκή Τράπεζα είναι ήδη σε πορεία προς την καθιέρωσή της σαν ένας δυναμικός, αποτελεσματικός και πλέον αξιόπιστος οργανισμός στην Ελλάδα. Προς την κατεύθυνση αυτή σκοπός της είναι:

- Η δραστηριοποίηση σε όλο το φάσμα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μέσω ενός ολοκληρωμένου δικτύου καταστημάτων.
- Η έμφαση στο Retail και Commercial banking
- Η επαρκής ανάπτυξη σύγχρονων και ευέλικτων προϊόντων
- Η ποιότητα εξυπηρέτησης και η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων και υπηρεσιών
- Η αξιοποίηση του υψηλού τεχνολογικού επιπέδου του Ομίλου
- Η περαιτέρω ανάπτυξη και επέκταση της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, μέσω της οποίας προσφέρεται στο ελληνικό κοινό μια πρωτοποριακή ολοκληρωμένη ηλεκτρονική τραπεζική, η Laiki eBank (<http://www.laiki.com>).

Η συνεισφορά της Ελλάδας στο σύνολο των κερδών από εργασίες, καθώς επίσης και η απόδοση του Ομίλου στην Ελλάδα, παρουσίασαν σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2002. Η συνεισφορά που είχαν οι εργασίες στην Ελλάδα στο σύνολο των κερδών από εργασίες του Ομίλου, αυξήθηκε από 15,5% το 2002 σε 19,0% το 2003 (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Η διεθνής επέκταση ξεκίνησε το 1974 με την ίδρυση καταστήματος στο Λονδίνο για να εξυπηρετεί την κυπριακή και την ελληνική κοινότητα. Από τότε, οι εργασίες του Ηνωμένου Βασιλείου αναπτύχθηκαν σημαντικά και σήμερα διαθέτουν έξι καταστήματα. Σύμφωνα με την στρατηγική της Λαϊκής Τράπεζας, δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην αναβάθμιση τόσο του δικτύου και της δέσμης των προϊόντων που προσφέρονται όσο και της τεχνολογικής υποδομής των εργασιών της στο Ηνωμένο Βασίλειο. Μέσα στο 2001, άρχισε η πλήρης αντικατάσταση των συστημάτων πληροφορικής στις εργασίες του Ομίλου στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η επένδυση αυτή θα συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη και επέκταση των εργασιών της Τράπεζας στο Ηνωμένο Βασίλειο, στη βελτίωση της παραγωγικότητας, στην αποτελεσματικότερη αξιολόγηση των κινδύνων, στη μείωση των διοικητικών εξόδων, στην προσφορά νέων προϊόντων και υπηρεσιών και πάνω απ' όλα στη σημαντική αναβάθμιση της συνολικής ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρονται (<http://www.laiki.com>). Η απόδοση της Λαϊκής Τράπεζας στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά το 2003 ήταν ιδιαίτερα ικανοποιητική, αφού το καθαρό εισόδημα ξεπέρασε

αυτό που είχε προϋπολογισθεί. Κατά τη διάρκεια του έτους συνεχίστηκαν οι επενδύσεις σε τεχνολογική υποδομή και το πρόγραμμα κεντροποίησης των διαδικασιών, ενώ αναμένεται τους προσεχείς μήνες να εισαχθεί η ηλεκτρονική τραπεζική (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Καθοριστική εξέλιξη για τη διεθνή ανάπτυξη του Ομίλου Λαϊκής ήταν η εγκαθίδρυση της Λαϊκής Τράπεζας (Αυστραλία) Λτδ το τέλος του Απριλίου του 2001. Η στρατηγική του Ομίλου για προσφορά τραπεζικών υπηρεσιών στις χώρες όπου υπάρχει Ελληνισμός, η ήδη επιτυχημένη λειτουργία των Γραφείων Αντιπροσωπείας της Λαϊκής στην Αυστραλία για 15 χρόνια καθώς και η επιθυμία των απόδημων Ελλήνων για μια Ελληνική τράπεζα, ήταν καθοριστικοί παράγοντες στην απόφαση του Ομίλου για αναβάθμιση της παρουσίας του στην Αυστραλία σε πλήρη τράπεζα. Η Λαϊκή Τράπεζα (Αυστραλίας) Λτδ άρχισε την λειτουργία της με πέντε καταστήματα, δύο στο Σίδνεϋ, δύο στη Μελβούρνη και ένα στην Αδελαΐδα. Στο τέλος του 2003 ο αριθμός των καταστημάτων της Τράπεζας ανήλθε στα επτά. (<http://www.laiki.com>). Στην πορεία για την εδραίωσή της ως η κατ' εξοχή τράπεζα του Ελληνισμού στην Αυστραλία, η Λαϊκή Τράπεζα (Αυστραλίας) Λτδ προχωρά με σταθερά και στέρεα βήματα προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα καταθετικών και δανειοδοτικών προϊόντων. Ιδιαίτερη σημασία δίδεται στην εισαγωγή της ηλεκτρονικής τραπεζικής, η οποία αναμένεται να τεθεί σε εφαρμογή τους προσεχείς μήνες. Η σημαντική αυτή επένδυση θα έχει θετική επίδραση σε ό,τι αφορά την προσέλκυση νέων πελατών τόσο στον τομέα της λιανικής τραπεζικής όσο και στον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πρόσθετα, θετική θα είναι η συνεισφορά της στην προσέλκυση πελατών από γεωγραφικές περιοχές όπου η Τράπεζα δε διαθέτει φυσική παρουσία (Όμιλος Λαϊκής 2003).

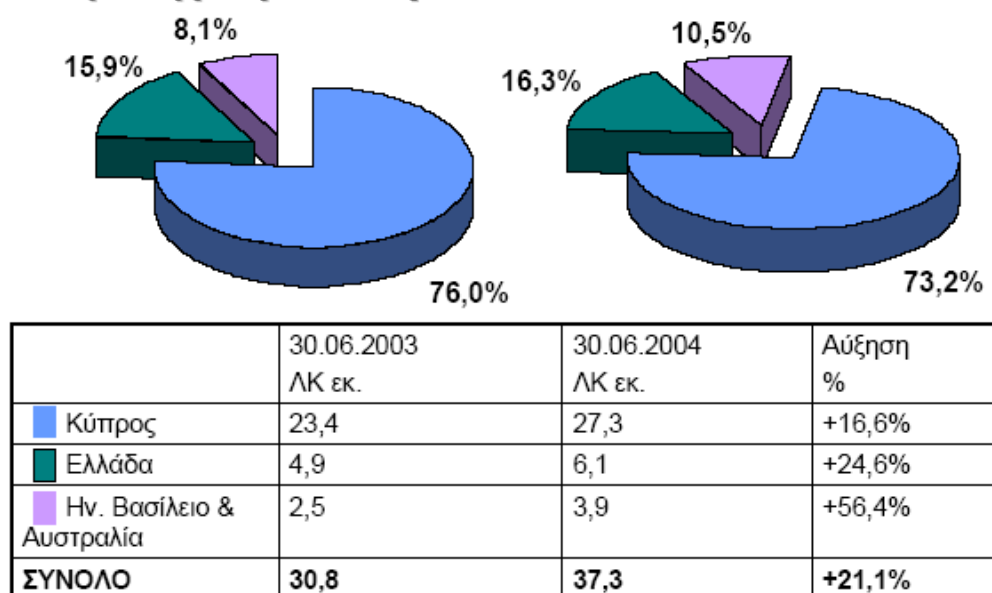
Συνολικά ο Όμιλος διατηρεί έξι γραφεία αντιπροσωπείας, στο Γιοχάνεσμπουργκ, Τορόντο, Μόντρεαλ, Βελιγράδι, Νέα Υόρκη και Μόσχα. Τα γραφεία αντιπροσωπείας τόσο στη Νέα Υόρκη, το σημαντικότερο χρηματοοικονομικό κέντρο του κόσμου, όσο και στο Τορόντο και Μόντρεαλ του Καναδά, δίνει ευκαιρίες στον Όμιλο για αμφίδρομη προώθηση των υπηρεσιών του σε εταιρείες που ενδιαφέρονται για την επέκταση των δραστηριοτήτων τους ή αναζητούν ευκαιρίες για επενδύσεις στην Κύπρο και την Ελλάδα ή σε κυπριακές και ελληνικές εταιρείες που ενδιαφέρονται για προώθηση των δραστηριοτήτων τους στη Βόρεια Αμερική. Τα γραφεία αντιπροσωπείας στη Μόσχα και το Βελιγράδι συμβάλλουν πολύ θετικά στις σχέσεις της Λαϊκής Τράπεζας με σημαντικές εταιρείες

που προέρχονται από χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και δραστηριοποιούνται στην Κύπρο σε διεθνή βάση ή ενδιαφέρονται για ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Κύπρο και Ελλάδα (<http://www.laiki.com>).

Στο Διάγραμμα 5 που ακολουθεί παρουσιάζονται συγκεντρωτικά τα κέρδη του Ομίλου Λαϊκής ανά γεωγραφική περιοχή για το έτος 2003.

Διάγραμμα 5 Κέρδη Ομίλου Λαϊκής ανά γεωγραφική περιοχή κατά το 2003 και 2004

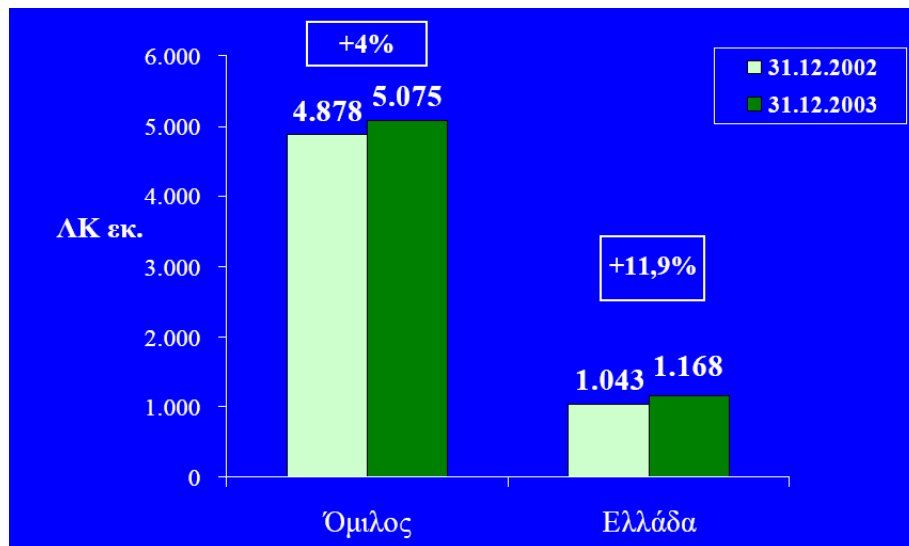
Κέρδος πριν από τις προβλέψεις ανά γεωγραφικό τομέα



Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ομίλου Λαϊκής 2003

Όσον αφορά τα οικονομικά μεγέθη του Ομίλου, όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 6, το σύνολο του ενεργητικού του το 2003 έφτασε τα ΛΚ 5,1 δις, παρουσιάζοντας αύξηση 4% σε σχέση με το 2002. Στην Ελλάδα το σύνολο ενεργητικού αυξήθηκε κατά 11,9% σε σύγκριση με το 2002 και ανήλθε στα ΛΚ1,2 δις. Ο Όμιλος διαθέτει ισχυρή κεφαλαιουχική βάση, ικανή να στηρίξει τα μελλοντικά αναπτυξιακά του σχέδια τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό. Ο Δείκτης Κεφαλαιακής Επάρκειας του Ομίλου στις 31 Δεκεμβρίου 2003 ήταν 13,8%, ενώ το ελάχιστο απαιτούμενο ποσοστό που θέτει η Κεντρική Τράπεζα είναι 10% και οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης 8% (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Διάγραμμα 6 Οικονομικά Μεγέθη Ομίλου Λαϊκής κατά το 2003



Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ομίλου Λαϊκής 2003

Αξίζει να αναφερθεί ότι το 2003 συνεχίστηκε η μείωση του αριθμού των καταστημάτων, η οποία εντάσσεται στο πλαίσιο της πολιτικής για συγκράτηση του κόστους λειτουργίας. Το δίκτυο καταστημάτων της Λαϊκής Τράπεζας στην Κύπρο μειώθηκε από 120 στο τέλος του 2002 σε 114 στο τέλος του 2003. Ταυτόχρονα αναπτύχθηκαν δραστηριότητες για αναβάθμιση και ενίσχυση της λειτουργικότητας του δικτύου καταστημάτων (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Ο Όμιλος Λαϊκής δίνει τεράστια σημασία στην υλοποίηση έργων υποδομής στον τομέα της τεχνολογίας και των μηχανογραφημένων συστημάτων, όπως άλλωστε επιβάλλουν η ραγδαία τεχνολογική ανάπτυξη και οι νέες απαιτήσεις του ελευθεροποιημένου χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, οι δαπάνες για έργα τεχνολογίας το 2003 σημείωσαν αύξηση 14,8% και ανήλθαν στα ΛΚ 11,6 εκ. (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Η αλλαγή του τρόπου που οι πελάτες θέλουν να εξυπηρετούνται σε συνδυασμό με τα ηλεκτρονικά προϊόντα που προσφέρει η Λαϊκή Τράπεζα, συνέβαλαν θετικά στην αύξηση της χρήσης των ηλεκτρονικών καναλιών και στην εδραίωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Το 2003 η Laiki eBank συνέχισε να εμπλουτίζει την πρωτοποριακή υπηρεσία ηλεκτρονικών μηνυμάτων, Laiki eBank

Alerts, η οποία προσφέρεται δωρεάν στους συνδρομητές της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι πελάτες του Ομίλου έχουν τη δυνατότητα να ενημερώνονται αυτόματα στο κινητό τους τηλέφωνο ή στο ηλεκτρονικό τους ταχυδρομείο, για τις κινήσεις στους λογαριασμούς, τις κάρτες, το χαρτοφυλάκιο μετοχών τους ή τις τιμές των μετοχών. Έτσι, έχουν τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια και συνεχή έλεγχο των λογαριασμών τους (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 2003 η Laiki eBank έτυχε διεθνούς διάκρισης από το Institute of Financial Services (Institute of Bankers) στην κατηγορία «Καλύτερη Τραπεζική Υπηρεσία Διαδικτύου» του διαγωνισμού Financial Innovation Awards. Η Laiki eBank και οι διεθνείς κολοσσοί HSBC, Nationwide Society, Royal Bank of Scotland Group και Barclays αποτέλεσαν την τελική πεντάδα από την οποία έγινε η επιλογή του νικητή - HSBC (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Οι συναλλαγές που διεξήγαγαν οι πελάτες μέσω των ηλεκτρονικών καναλιών το 2003 αυξήθηκαν κατά 27,6%. Συνολικά η Laiki eBank το 2003 είχε περισσότερους από 86,000 συνδρομητές, που ισοδυναμεί με αύξηση της τάξης του 21,0%. Στόχος του Ομίλου είναι ο συνεχής εμπλουτισμός των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και προϊόντων του, ώστε να προσφέρει στους πελάτες του τους πιο σύγχρονους τρόπους τραπεζικής εξυπηρέτησης (Όμιλος Λαϊκής 2003).

Το στρατηγικό σχέδιο του Ομίλου το οποίο αναθεωρήθηκε πρόσφατα καλύπτει την περίοδο 2004 – 2006. Στόχος είναι να ξεχωρίζει ως ο πιο δυναμικός, αποτελεσματικός και αξιόπιστος χρηματοοικονομικός οργανισμός, κάτι το οποίο θα εξαρτηθεί από τη ικανότητα προσαρμογής του Ομίλου στο νέο περιβάλλον και σε άλλους παράγοντες, όπως είναι η ποιότητα εξυπηρέτησης προς τους πελάτες, η ανάπτυξη των εργασιών και η διαχρονική αύξηση επικερδότητάς του Ομίλου, η ενίσχυση της αξίας που δημιουργεί για τους μετόχους του, η επέκταση των εργασιών του στο εξωτερικό και η διασφάλιση της ανταγωνιστικότητάς του (Λαϊκή Τράπεζα 2003).

Ειδικότερα, οι στρατηγικοί στόχοι του Ομίλου για την Κύπρο είναι οι ακόλουθοι (Όμιλος Λαϊκής 2003):

1. Ανάπτυξη αποτελεσματικής ηγεσίας σε όλα τα επίπεδα.
2. Διασφάλιση ψηλού ηθικού για το προσωπικό.
3. Διασφάλιση της ποιότητας των χορηγήσεών του.

4. Αξιοποίηση όλων των καναλιών εξυπηρέτησης πελατών.
5. Ανάπτυξη με βάση το συνεχή έλεγχο του κόστους.
6. Ανάπτυξη νοοτροπίας ποιοτικής εξυπηρέτησης και αύξησης των πωλήσεων από όλο το προσωπικό.

4.2.3 Η Ελληνική Τράπεζα

Το Συγκρότημα της Ελληνικής Τράπεζας είναι η τρίτη σε μέγεθος τοπική τράπεζα, μετά την Τράπεζα Κύπρου και τη Λαϊκή Τράπεζα. Άρχισε τη λειτουργία της το 1976 με ένα κατάστημα στη Λευκωσία με 33 υπαλλήλους, έχοντας έτσι το πλεονέκτημα να μην επηρεαστεί από την Τουρκική Εισβολή του 1974 (Phylaktis 1995). Μέσα σε μικρό σχετικά διάστημα κατάφερε να καθιερωθεί σαν ένας από τους μεγαλύτερους χρηματοοικονομικούς οργανισμούς της Κύπρου. Η επιτυχία του Συγκροτήματος παρ' όλο τον έντονο ανταγωνισμό, βασίζεται στην άμεση και φιλική εξυπηρέτηση που παρέχει το προσωπικό του, στο ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει και στη χρήση προηγμένων συστημάτων πληροφορικής και ελέγχου.

Το Μάρτιο του 1996, το Συγκρότημα εξαγόρασε από την Τράπεζα Barclays PLC τις εγχώριες εργασίες της στην Κύπρο. Το διευρυμένο Συγκρότημα διαθέτει τώρα περισσότερα από 1700 άτομα. Η διεύρυνση του Συγκροτήματος επέτρεψε την αποδοτικότερη χρήση των τεχνολογικών του συστημάτων και του ανθρώπινου και άλλου δυναμικού, προσφέροντας έτσι στους πελάτες ένα ψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών και προϊόντων και άμεση εξυπηρέτηση από το διευρυμένο δίκτυο καταστημάτων του (<http://www.hellenicbank.com>).

Εκτός από τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα το Συγκρότημα προσφέρει μία πλήρη σειρά από χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Η θυγατρική εταιρεία Ελληνική Τράπεζα (Χρηματοδοτήσεις) Λτδ, προσφέρει βραχυπρόθεσμες ευκολίες ενοικιαγοράς και υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing). Η Ελληνική Τράπεζα (Επενδύσεις) Λτδ - ΕΤΕ παρέχει στους πελάτες της επενδυτικές υπηρεσίες, υπηρεσίες χρηματιστηρίου και διαχείρισης χαρτοφυλακίου, μελέτες βιωσιμότητας επενδύσεων και αξιολογήσεις ιδιωτικών εταιρειών. Όσον αφορά στους πελάτες που ενδιαφέρονται για επενδύσεις σε ξένες αγορές, η ΕΤΕ μπορεί επίσης να ενεργήσει ως μεσολαβητής για τη δημιουργία σχέσεων με ένα αριθμό σημαντικών ιδρυμάτων. Η Ελληνική Τράπεζα και η Merrill Lynch Investment Managers έχουν προχωρήσει σε στρατηγική

συνεργασία για προώθηση χρηματοοικονομικών προϊόντων και υπηρεσιών σε διεθνή βάση. Η συνεργασία επιτρέπει στην Ελληνική Τράπεζα Επενδύσεις Λτδ να προσφέρει ένα μεγάλο φάσμα Διεθνών Αμοιβαίων Κεφαλαίων, όπως τα παγκοσμίως γνωστά Mercury Selected Trust Funds και Merrill Lynch Equity/Convertible Series Funds, με άμεση πρόσβαση σε σχεδόν όλες τις διεθνείς χρηματαγορές (<http://www.hellenicbank.com>).

Η Ελληνική Τράπεζα Trust and Finance Corporation Ltd, παρέχει ειδικές υπηρεσίες θεματοφυλάκων/διαχειριστών και δρα ως εμπιστευματοδόχος για διάφορες ασφαλιστικές εταιρείες.

Οι Ασφαλιστικές Εργασίες του Συγκροτήματος παρουσιάζουν έντονη δραστηριότητα. Το Συγκρότημα της Ελληνικής Τράπεζας προχώρησε με δυναμική επέκταση στον τομέα των ασφαλιστικών υπηρεσιών με τις εξαγορές των εταιρειών Παγκυπριακή και Λήδρα. Με τη στρατηγική αυτή κίνηση, το Συγκρότημα της Ελληνικής Τράπεζας κατέχει ένα καθοριστικό μερίδιο στο γενικό κλάδο ασφαλειών πράγμα που επιτρέπει την αξιοποίηση οικονομιών κλίμακος και αύξηση της επικερδότητας των ασφαλιστικών εργασιών της Τράπεζας. Οι ασφαλιστικές εργασίες του Συγκροτήματος, με σημαντικά ενισχυμένο δίκτυο διανομής, προσφέρουν ένα πλήρες φάσμα ασφαλιστικών προϊόντων. Η Ελληνική Τράπεζα και η Alico AIG Life προχώρησαν στην ίδρυση Εταιρείας με σκοπό την προώθηση τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων στον τομέα των ασφαλειών ζωής. Η επωνυμία της Εταιρείας είναι Hellenic Alico Life Insurance Company Ltd. Η Ελληνική Τράπεζα συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της νέας Εταιρείας με ποσοστό 72,5% και η Alico AIG Life με ποσοστό 27,5%. Η συμφωνία αυτή θεωρείται πρωτοποριακή για τα δεδομένα της Κύπρου μια και αποτελεί την πρώτη σοβαρή πρωτοβουλία παροχής τραπεζοασφαλιστικών προϊόντων μέσω Τραπεζικού Οργανισμού (<http://www.hellenicbank.com>).

Οι διεθνείς εταιρείες και οι απόδημοι εξυπηρετούνται επίσης από την Τράπεζα μέσω των εξειδικευμένων Κέντρων Εξυπηρέτησης Διεθνών Εταιρειών στη Λεμεσό και τη Λευκωσία, τα οποία είναι στελεχωμένα από ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό. Αξίζει να αναφερθεί ότι το Κέντρο της Λεμεσού κατέχει το διεθνές πιστοποιητικό διαχείρισης ποιότητας ISO 9002 και είναι το πρώτο Κέντρο του είδους του στην Κύπρο που κατάφερε να πάρει αυτή την πιστοποίηση.

Η Ελληνική Τράπεζα (Φάκτορς) Λτδ, που άρχισε τη λειτουργία της μέσα στο 1999 παρέχει ψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης, προσφέροντας όλο το φάσμα των σχετικών υπηρεσιών όπως προεξόφληση τιμολογίων, είσπραξη Χρεών και Διαχείριση

Καθολικού Πωλήσεων των πελατών. Η συμμετοχή της στο διεθνή όμιλο International Factors Group, παρέχει ακόμη τη δυνατότητα εξυπηρέτησης των πελατών που ασχολούνται με το διεθνές εμπόριο.

Η Ελληνική Τράπεζα, στη προσπάθεια της να προσφέρει καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της μέσω διαφορετικών καναλιών εξυπηρέτησης, από το 2002 προσφέρει το Hellenic Net Banking, ένα συστηματικό και εύκολο τρόπο για τη διενέργεια τραπεζικών συναλλαγών ανεξάρτητα από το τόπο και το χρόνο και με τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια συναλλαγών που παρέχει η σημερινή τεχνολογία. Την ίδια χρονιά έγινε και η έναρξη λειτουργίας της Γραμμής Εξυπηρέτησης Πελατών.

Το 1988 η Ελληνική Τράπεζα εφαρμόζει για πρώτη φορά στην Κύπρο την υπηρεσία Telebank, ένα πρωτοποριακό πρόγραμμα πληροφόρησης και διαχείρισης χρημάτων μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, ενώ το 1999 κάνει χρήση της υπηρεσίας Telebank II.

Ένα πλήρως αναπτυγμένο δίκτυο ανταποκριτριών τραπεζών το οποίο περιλαμβάνει περισσότερες από 1100 τράπεζες συμπεριλαμβανομένων και των σημαντικότερων ιδρυμάτων, εγγυάται την ομαλή και αποτελεσματική διαδικασία των απλών αλλά και των εξειδικευμένων διεθνών τραπεζικών συναλλαγών.

Η Ελληνική Τράπεζα προσφέρει μια πλήρη σειρά από πιστωτικές/χρεωστικές κάρτες, καθώς επίσης και την υπηρεσία Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM). Το δίκτυο Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών, το οποίο εγκαταστάθηκε το 1991 από την Ελληνική Τράπεζα και επεκτάθηκε κατά το 2001, προσφέρει άρτια και ταχύτατη εξυπηρέτηση. Με την πρόσφατη συμφωνία της Ελληνικής Τράπεζας με τις υπόλοιπες εμπορικές τράπεζες, για τη δυνατότητα χρήσης των Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών από τους κατόχους καρτών των τριών μεγαλύτερων τραπεζών, καθώς και με τη συμμετοχή της Τράπεζας στο δίκτυο BankLink, η Ελληνική Τράπεζα είναι σήμερα η μόνη Τράπεζα στην Κύπρο η οποία προσφέρει στους κατόχους καρτών πρόσβαση σε όλο το δίκτυο Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών.

Η Ελληνική Τράπεζα έχει δημιουργήσει σ' όλες τις πόλεις ειδικά Τμήματα Εξυπηρέτησης Μεγάλων Επιχειρήσεων τα οποία εξυπηρετούν τις ιδιαίτερες ανάγκες των μεγάλων επιχειρήσεων πελατών της Τράπεζας.

Αναφορικά με τη διεθνή επέκταση της Ελληνικής Τράπεζας, η έναρξη λειτουργίας του πρώτου καταστήματος της Ελληνικής Τράπεζας στην Αθήνα το 1998, και η λειτουργία Γραφείων Αντιπροσωπείας στη Νότια Αφρική και στη Ρωσία, επισφράγισαν την πραγματοποίηση του οράματος για τη δραστηριοποίηση της

Τράπεζας στο εξωτερικό. Σήμερα, η Ελληνική Τράπεζα έχει δημιουργήσει ένα δίκτυο είκοσι καταστημάτων με στόχο τη γρήγορη επέκτασή της στον Ελλαδικό χώρο. Στο άμεσο μέλλον, στόχος της Τράπεζας είναι το δίκτυο στην Ελλάδα να ξεπεράσει τα είκοσι καταστήματα.

Μέσα στα πλαίσια της Διεθνούς Επέκτασης της Τράπεζας, άρχισε το 2000 η λειτουργία του Γραφείου Αντιπροσωπείας στο Λονδίνο το οποίο βρίσκεται σε εμπορική περιοχή όπου υπάρχει έντονη δραστηριότητα της Κυπριακής και Ελληνικής κοινότητας. Το Γραφείο Αντιπροσωπείας στο Λονδίνο λειτουργεί πλήρως με στόχο όταν συμπληρωθούν δύο χρόνια λειτουργίας του όπως προβλέπεται από τους κανονισμούς της Τράπεζας της Αγγλίας, να προχωρήσει με το άνοιγμα καταστημάτων προσφέροντας πλήρεις υπηρεσίες κυρίως στους Κύπριους της παροικίας του Λονδίνου. Η λειτουργία του Γραφείου αναμένεται να συμβάλει και στην αναπτυξιακή πορεία των εργασιών της Τράπεζας στην Κύπρο και στην Ελλάδα.

Το 2003 η Ελληνική Τράπεζα υιοθέτησε τις Αρχές του Κώδικα Εταιρικής Διακυβέρνησης και εφάρμοσε τη νέα οργανωτική δομή της Τράπεζας με στόχο να αναπτυχθεί μια πιο έντονη πελατοκεντρική αντίληψη. Το ίδιο έτος έγινε και η εισαγωγή της υπηρεσίας της Ηλεκτρονικής Τράπεζας για επιχειρήσεις Net Banking for Business, για ευέλικτες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και συναλλαγές με ασφάλεια, προς μικρές, μεγάλες και διεθνείς επιχειρήσεις.

Το Συγκρότημα τονίζει τη σημασία που δίνει στην καθιέρωση προγράμματος για υψηλή ποιότητα εξυπηρέτησης, κάτι που φαίνεται άλλωστε και από την πιστοποίηση ISO 9002, την οποία έλαβε για το Κέντρο Εξυπηρέτησης Διεθνών Εταιρειών Λεμεσού και στη δέσμευση του να καθιερώσει αυτό το επίπεδο ποιότητας σε όλους τους τομείς των εργασιών του (<http://www.hellenicbank.com>).

Παράλληλα, το Συγκρότημα αναγνωρίζει και αποδέχεται το ρόλο που διαδραματίζει το ευχάριστο περιβάλλον εργασίας και η ύπαρξη ικανοποιητικών ευκαιριών σταδιοδρομίας για το ανθρώπινο δυναμικό στη μελλοντική του πορεία, καθώς επίσης και την ανάγκη διατήρησης ανοικτής γραμμής επικοινωνίας με τους μετόχους και πελάτες του.

Το συγκρότημα της Ελληνικής Τράπεζας έχοντας πλήρη επίγνωση του καθοριστικού ρόλου του ανθρώπινου κεφαλαίου στην επιτυχημένη πορεία οποιουδήποτε οργανισμού, αποδίδει τεράστια σημασία στην ποιότητα των ανθρώπων του. Η ποιότητα αυτή διασφαλίζεται μέσω της εφαρμογής σωστών διαδικασιών επιλογής ατόμων με σημαντικές δυνατότητες, καθώς και μέσω μιας προσπάθειας

συνεχούς εκπαίδευσης/κατάρτισης, με στόχο την πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων αυτών.

Το Εκπαιδευτικό Πρόγραμμα της Τράπεζας, το οποίο αποτελεί μέρος του ευρύτερου τομέα Εκπαίδευσης και Ανάπτυξης Προσωπικού, εκτός από την προσπάθεια κατάρτισης σε θέματα διεκπεραίωσης Τραπεζικών Εργασιών, επεκτείνεται διαρκώς για να καλύπτει νέους τομείς όπως το επιβάλλουν οι διεθνείς συνθήκες.

Το ανθρώπινο δυναμικό του Συγκροτήματος της Ελληνικής Τράπεζας αριθμούσε κατά το τέλος Ιουνίου 2004 1.432 άτομα σε σχέση με 1.434 άτομα τον Ιούνιο του 2003, 359 από τα οποία αποτελούν μέρος των εργασιών του Συγκροτήματος στην Ελλάδα. Ένα σημαντικό ποσοστό του συνόλου του προσωπικού του Συγκροτήματος (40%) είναι κάτοχοι πτυχίων, μεταπτυχιακών διπλωμάτων και επαγγελματικών τίτλων. Το ποσοστό αυτό αυξάνεται στο 63% στην περίπτωση της Ελληνικής Τράπεζας στην Ελλάδα.

Τα αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου του 2004 του Συγκροτήματος παρουσιάζουν ουσιαστική βελτίωση από αυτά της ίδιας περιόδου του 2003. Εδώ θα σημειωθεί ότι όλες οι μετατροπές από Κυπριακές λίρες σε Ευρώ που αναφέρονται πιο κάτω έγιναν με βάση την ισοτιμία €1=£0,5816 που ίσχυε στις 30 Ιουνίου 2004. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε αύξηση στα έσοδα κατά 16%, η οποία οδήγησε σε αυξημένη τελική κερδοφορία κατά 48% σε σχέση με το 2003, αφού το κέρδος του Συγκροτήματος για το πρώτο εξάμηνο του 2004 ανήλθε στα £13,4 εκατ. (€23,0 εκατ.). Επίσης, σε ότι αφορά μεγέθη ισολογισμού, σε σύγκριση με τον Ιούνιο του 2003, οι χορηγήσεις παρουσίασαν αύξηση 9% φθάνοντας τα £1,585 δις ενώ σημαντική βελτίωση παρουσίασαν η καταθέσεις πελατών, οι οποίες ξεπέρασαν τα £2 δις. Η βελτίωση της κερδοφορίας οφείλεται στην αύξηση των καθαρών εσόδων του Συγκροτήματος κατά 16% και στην συγκράτηση των εξόδων, τα οποία περιορίστηκαν σε αύξηση 14% (Απριος 2004).

Το σύνολο των καθαρών εσόδων για τους πρώτους έξι μήνες του 2004 ανήλθε στα £50,7 εκατ. (€87,2 εκατ.) σε σύγκριση με £43,6 εκατ. (€75,0 εκατ.) για το 2003. Η αύξηση αυτή προήλθε κυρίως λόγω της μείωσης των τόκων από μη παραγωγικούς λογαριασμούς οι οποίοι αναγνωρίζονται στα αποτελέσματα μόνο όταν εισπραχθούν. Η βελτίωση στην εισπραξιμότητα και στη ποιότητα του χαρτοφυλακίου των χορηγήσεων προκάλεσε αναγνώριση στο πρώτο εξάμηνο του 2004, τόκων οι

οποίοι είχαν ανασταλεί σε προηγούμενες περιόδους. Η αύξηση επιτεύχθηκε παρά την εφαρμογή από την 1η Ιανουαρίου 2004 των νέων αυστηρότερων κανονισμών της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου. Επιπρόσθετα, θετικά έχουν συνεισφέρει στην αύξηση των εισοδημάτων και οι ενέργειες του Συγκροτήματος για βελτίωση του επιτοκιακού περιθωρίου (Δελτίο Τύπου Ελληνικής Τράπεζας 2004).

Το σύνολο των εξόδων έχει επηρεαστεί αρνητικά με ποσό £830 χιλ. (€1.427 χιλ.) που αφορά το μερίδιο της Ελληνικής Τράπεζας Ατδ στο πρόστιμο που επιβλήθηκε σε τρεις εμπορικές τράπεζες της Κύπρου από την Επιτροπή Προστασίας Ανταγωνισμού. Εξαιρουμένου του ποσού αυτού, το σύνολο των εξόδων παρουσιάζει αύξηση 11% σε σχέση με το 2003. Η αύξηση αυτή είναι το αποτέλεσμα από τη μια της επισταμένης προσπάθειας για συγκράτηση των εξόδων στην Κύπρο και από την άλλη της επένδυσης για ραγδαία επέκταση των εργασιών του Συγκροτήματος στην Ελλάδα (Δελτίο Τύπου Ελληνικής Τράπεζας 2004).

Οι εργασίες του Συγκροτήματος στην Ελλάδα συνεχίζουν να επεκτείνονται με το μέγεθος του ισολογισμού στην Ελλάδα να αυξάνεται κατά 17% από τον Ιούνιο του 2003 φθάνοντας στα £532 εκατ. (€915 εκατ.). Οι χορηγήσεις πελατών παρουσιάζουν αύξηση της τάξης του 16% φθάνοντας τα £281 εκατ. (€483 εκατ.), ενώ οι καταθέσεις πελατών έφθασαν τα £312 εκατ. (€536 εκατ.). Σήμερα λειτουργούν συνολικά είκοσι τρία καταστήματα της Ελληνικής Τράπεζας στην Ελλάδα, στην Αττική, Θεσσαλονίκη και Ιωάννινα, ενώ σύντομα θα προστεθούν ακόμη δύο νέα καταστήματα, ανεβάζοντας στα εννέα τα καταστήματα που λειτούργησαν μέσα στο τελευταίο δωδεκάμηνο, ενώ ο συνολικός αριθμός τους θα ανέλθει στα είκοσι πέντε (Χρηματιστηριακή 2004).

Με σκοπό την διεύρυνση των πηγών ρευστότητας της Τράπεζας στην Ελλάδα μέσα στο Β' Τρίμηνο του 2004 δημιουργήθηκε, πρωτοποριακά για τα Κυπριακά δεδομένα, πρόγραμμα Euro Commercial Paper (ECP), που θα παρέχει τη δυνατότητα έκδοσης βραχυπρόθεσμων ομολόγων σε Ευρώ αξίας €300 εκατ., μέσω του οποίου θα αντλεί ρευστότητα όποτε οι ανάγκες της το απαιτήσουν, με διαδοχικές εκδόσεις ομολόγων. Επίσης, για σκοπούς ενίσχυσης της ήδη υψηλής κεφαλαιουχικής βάσης του Συγκροτήματος έχει συμπληρωθεί έκδοση £17,5 εκατ. (€29,9 εκατ.) χρεογράφων επταετούς διάρκειας (<http://www.hellenicbank.com>).

Όσον αφορά το πρόγραμμα δράσης του Συγκροτήματος της Ελληνικής Τράπεζας για την περίοδο 2004-2006, αυτό στηρίζεται στους ακόλουθους άξονες στρατηγικής (Αππιος 2004):

- Την ακόμη πιο αποτελεσματική αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων της νέας οργανωτικής δομής, η οποία βασίζεται πάνω στην εξειδικευμένη εξυπηρέτηση των πελατών του Συγκροτήματος.
- Τη συνεχή ενδυνάμωση της παρουσίας της Τράπεζας στην Ελληνική τραπεζική αγορά, μέσω μιας δυναμικής πολιτικής ανάπτυξη εργασιών. Η Τράπεζα προγραμματίζει να αυξήσει τα καταστήματά της σε είκοσι πέντε μέχρι το τέλος του 2005.
- Την ποιοτική αναβάθμιση του χαρτοφυλακίου χορηγήσεων ώστε να περιοριστούν οι μη παραγωγικοί λογαριασμοί και να μειωθεί όσο είναι δυνατό η αναστολή αναγνώρισης τόκων, σύμφωνα με τα αυστηρότερα κριτήρια της Κεντρικής Τράπεζας που εφαρμόζονται από την 1^η Ιανουαρίου 2004.
- Την περαιτέρω συγκράτηση των λειτουργικών εξόδων και αύξηση της παραγωγικότητας, μέσω βελτιώσεων στις εσωτερικές διαδικασίες και στα λογισμικά συστήματα και μέσω περαιτέρω εκπαίδευσης του προσωπικού.
- Την εστίαση στη διαχείριση κεφαλαίων με την επιτυχή δημιουργία των πρώτων αμοιβαίων κεφαλαίων με αποκλειστικότητα επενδύσεων στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου.
- Τη χάραξη μιας πιο δυναμικής επικοινωνιακής στρατηγικής προς το προσωπικό, τους πελάτες και το κοινό γενικότερα στηριζόμενη σε εξειδικευμένες έρευνες που έχουν γίνει στους πελάτες και στο προσωπικό τους.
- Την προσφορά εξειδικευμένων προϊόντων και υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής που να συμφέρουν και να ικανοποιούν τόσο τις ανάγκες των πελατών τους όσο και της Τράπεζας, αφού τα μηνύματα από τους πελάτες τους είναι ενθαρρυντικά. Συγκεκριμένα, από τις αρχές του χρόνου τον Ιούνιο του 2004 οι συνδέσεις πελατών αυξήθηκαν κατά 25,7% και οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου κατά 54,8%.

4.2.4 Η Alpha Bank

Στις 30 Απριλίου 1960 ιδρύεται η Τράπεζα ως εταιρία παροχής ενοικιαγορών από τη Βρετανική εταιρία Lombard North Central, ενώ το 1972 η Τράπεζα γίνεται μέλος του συγκροτήματος NatWest μετά την αγορά της μητρικής εταιρίας της Τράπεζας, Lombard North Central, από την επίσης Βρετανική National Westminster Bank. Το 1989 ήταν καθοριστική χρονιά στην εξέλιξη της Τράπεζας αφού της παραχωρείται άδεια για σύσταση και δραστηριοποίηση ως εμπορική τράπεζα υπό την επωνυμία Lombard NatWest Bank Limited. Στη συνέχεια, το 1991 η Τράπεζα αρχίζει να δραστηριοποιείται στις εμπορικές τραπεζικές εργασίες προσφέροντας τόσο προϊόντα καταθέσεων και δανείων όσο και εξειδικευμένων υπηρεσιών ξένου συναλλάγματος και χρηματοδότησης εμπορικών συναλλαγών (Phylaktis 1995).

Η 1η Οκτωβρίου 1998 αποτελεί ορόσημο σταθμό στην μετέπειτα πορεία της Τράπεζας με την εξαγορά του 82,5% του μετοχικού της κεφαλαίου από την Alpha Bank A.E. Από τότε η Τράπεζα λειτουργεί με την επωνυμία Alpha Bank Ltd ως μέλος του Ομίλου της Alpha Bank, ενός από τους μεγαλύτερους χρηματοοικονομικούς ομίλους στην Ελλάδα (<http://www.alphabank.com.cy>).

Κατά το 1999, η Alpha Bank Ltd πρώτη μειώνει το δανειστικό επιτόκιο για επιχειρήσεις και καθορίζει το Ελάχιστο Δανειστικό Επιτόκιο (Prime Lending Rate) πριν την ελευθεροποίηση των επιτοκίων. Την ίδια χρονιά, ο Όμιλος της Alpha Bank εξαγοράζει την ασφαλιστική εταιρία Metropolitan η οποία λειτουργεί επίσημα από τον Σεπτέμβριο κάτω από την επωνυμία Alpha Ασφαλιστική Ατδ. Τον Οκτώβριο του ίδιου έτους, η Alpha Bank Ltd εισάγει τα currency options σε κυπριακές λίρες, ένα χρηματοοικονομικό προϊόν που προστατεύει από τις διακυμάνσεις στις τιμές συναλλάγματος, ενώ τον Νοέμβριο, προσφέρεται το πρωτοποριακό σχέδιο Alpha Στεγαστικό, το πρώτο στεγαστικό δάνειο που συνδυάζεται με τρεχούμενο λογαριασμό (<http://www.alphabank.com.cy>).

Το 2000 ιδρύεται η θυγατρική εταιρεία Alpha Trustees Ltd η οποία προσφέρει υπηρεσίες εμπιστευματοδόχου για σκοπούς προστασίας περιουσιακών στοιχείων μέσω της διαχείρισης εμπιστευμάτων (trusts), καθώς επίσης και η θυγατρική εταιρεία, Alpha Finance Ltd οι εργασίες της οποίας καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των χρηματοπιστηριακών υπηρεσιών και επενδυτικής τραπεζικής. Τον Δεκέμβριο, η Alpha Bank Ltd εισάγει τη νέα υπηρεσία χρηματοοικονομικού προγραμματισμού, Alpha Financial Planning (<http://www.alphabank.com.cy>).

Την επόμενη χρονιά, το 2001 η Alpha Bank Ltd προσφέρει τη δυνατότητα δανεισμού σε ξένο νόμισμα με το Alpha Ευρωστεγαστικό, ένα νέο στεγαστικό δάνειο σε Ευρώ, ενώ εισάγονται με επιτυχία τα νέα επενδυτικά προϊόντα εγγυημένου κεφαλαίου, Alpha Bank Capital Guarantee. Επίσης, εγκαινιάζεται η έναρξη των εργασιών της υπηρεσίας Asset Management, που καλύπτει τη διαχείριση κεφαλαίων για θεσμικούς και ιδιώτες επενδυτές. Το ίδιο έτος εισάγεται η νέα υπηρεσία Alpha Private Banking με στόχο τη δημιουργία μακροχρόνιων προσωπικών σχέσεων με τους πελάτες, ενώ παράλληλα η Alpha Bank ανακηρύσσεται σε Μέγα Εθνικό Χορηγό των Ολυμπιακών Αγώνων ΑΘΗΝΑ 2004 στην κατηγορία των Τραπεζών (<http://www.alphabank.com.cy>).

Κατά το 2002 πραγματοποιείται αναβάθμιση και επέκταση του δικτύου καταστημάτων της Τράπεζας με βάση τη νέα ανθρωποκεντρική προσέγγιση στην εξυπηρέτηση των πελατών. Εσωτερικά τα καταστήματα γίνονται πιο φιλικά και λειτουργικά με την κατάργηση των παραδοσιακών διαχωριστικών. Την επόμενη χρονιά η Τράπεζα συνεχίζει να επενδύει στην αναβάθμιση και επέκταση του δικτύου καταστημάτων της με νέα καταστήματα στην Λεμεσό και Αγία Νάπα. Το 2003 το δίκτυο καταστημάτων της Alpha Bank αριθμούσε 27 καταστήματα, εγκατεστημένα σε όλες τις πόλεις της Κύπρου και απασχολεί συνολικά 605 άτομα. Στις 8 Απριλίου 2004, η Alpha Bank εισάγει με επιτυχία ένα νέο ολοκληρωμένο τραπεζικό σύστημα το οποίο παρέχει στους χρήστες ένα πολύ φιλικό και λειτουργικό περιβάλλον εργασίας (<http://www.alphabank.com.cy>).

Όσον αφορά τα βασικά οικονομικά στοιχεία της Alpha Bank Ltd αυτά παρουσιάζονται στον Πίνακα 6 που ακολουθεί:

Πίνακας 6: Βασικά Οικονομικά Στοιχεία της Alpha Bank Ltd

Σε ΛΚ	2002	2001	2000
Σύνολο Ενεργητικού	1.074.408.414	1.067.957.389	829.241.946
Μετοχικό Κεφάλαιο	69.750.000	69.750.000	16.853.067
Ίδια Κεφάλαια	98.934.548	92.564.488	67.616.965
Κέρδη Προ Φόρων	7.617.118	8.958.140	8.041.183
Κέρδη Μετά Φόρων	5.284.256	6.448.930	5.661.774

Πηγή: <http://www.alphabank.com.cy>

Η Τράπεζα, το 2003, παρουσίασε μειωμένα κέρδη προ φόρων σε σχέση με το προηγούμενο έτος, και συγκεκριμένα ήταν 2,3 εκατ. ευρώ έναντι 14,8 εκατ. ευρώ. Η μείωση αυτή οφείλεται στις αυξημένες προβλέψεις για επισφαλείς απαιτήσεις και στην αναστολή αναγνώρισεως τόκων σε μη εξυπηρετούμενα δάνεια, σύμφωνα με τον νέο Κανονισμό της Κεντρικής Τραπέζης της Κύπρου που τέθηκε σε εφαρμογή από 1.1.2003. Σημειώνεται ότι τα κέρδη προ προβλέψεων, και εξαιρουμένης της αναστολής αναγνώρισεως τόκων, ήταν αυξημένα κατά 27%. Η μείωση αυτή οφείλεται και στο γεγονός ότι ο τραπεζικός τομέας στην Κύπρο διανύει περίοδο έντονων ανακατατάξεων ενόψει της εναρμονίσεως με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η εισαγωγή ενός αυστηρότερου εποπτικού πλαισίου από την Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου συνέπεσε με την επιβράδυνση της εγχώριας αλλά και της διεθνούς οικονομικής δραστηριότητας και την παρατεινόμενη υποτονικότητα της χρηματιστηριακής αγοράς (<http://www.alpha.gr/page.asp?lang=Greek&PageID=17>).

Γενικότερα, θα μπορούσαμε να πούμε ότι η Alpha Bank Κύπρου δραστηριοποιείται στους τομείς του retail και του corporate banking, προσφέροντας κάθε είδους τραπεζικές εργασίες. Μέσω των θυγατρικών της καλύπτει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών του χρηματοοικονομικού και του ασφαλιστικού τομέα, ενώ διαθέτει δίκτυο 27 καταστημάτων στις σημαντικότερες πόλεις της Κύπρου (<http://www.alpha.gr/page.asp?PageID=13&Lang=1>).

4.2.5 Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου)

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας (Κύπρου) που ιδρύθηκε το 1993, είναι μέρος του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος. Η παρουσία της στην Κύπρο χρονολογείται από την αρχή του εικοστού αιώνα, όταν το 1910, η Τράπεζα άνοιξε τον πρώτο κατάστημα στη Λεμεσό και μέσα σε έναν σύντομο χρόνο επέκτεινε τις δραστηριότητές της σε όλο το νησί. Από τότε, και έως το 1993, το δίκτυο του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος διαδραμάτισε έναν σημαντικό ρόλο στις κοινωνικοοικονομικές υποθέσεις στην Κύπρο. Στο τέλος του 1993 αυτό το δίκτυο καταστημάτων εξελίχθηκε σε μία κυπριακή εμπορική τράπεζα – την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου) Λτδ., η οποία είναι μέλος του Ομίλου της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος και λειτουργεί υπό την επίβλεψη της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου (Othoneos 2004).

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, είναι σήμερα ο μεγαλύτερος χρηματοπιστωτικός οργανισμός στην Ελλάδα και συμβάλλει σημαντικά στην οικονομική ζωή της χώρας. Με τη δυναμική της είσοδο τα τελευταία χρόνια στη λιανική τραπεζική και την επέκτασή της στη Νοτιοανατολική Ευρώπη, κατατάσσεται στους ισχυρότερους οικονομικούς παράγοντες της ευρύτερης περιοχής (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος 2004).

Σήμερα η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (Κύπρου) είναι μία εμπορική τράπεζα με έδρα τη Λευκωσία, της οποίας η Εθνική Τράπεζα Ελλάδος κατέχει το 100.0% του μετοχικού της κεφαλαίου. Δραστηριοποιείται σε εργασίες που καλύπτουν όλο το φάσμα των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών με έμφαση στην τουριστική βιομηχανία. Καλύπτει γεωγραφικά όλη την Κυπριακή Δημοκρατία μέσω δικτύου 31 καταστημάτων, 6 ανταλλακτηρίων συναλλάγματος και 19 Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM), όπου σύντομα θα γίνουν 31. Απασχολεί συνολικά 310 άτομα (<http://www.nbg.gr>).

Εκτός από τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα, μια πλήρης σειρά των οικονομικών υπηρεσιών, καθώς επίσης και ασφαλιστικών υπηρεσιών και προϊόντων προσφέρονται στους Κύπριους καταναλωτές. Επιπλέον, η τράπεζα παρέχει μια πλήρη σειρά επενδυτικών υπηρεσιών σε ιδιώτες, επιχειρήσεις και χρηματοδοτικούς οργανισμούς (Othoneos 2004).

Παρά τον αυξημένο ανταγωνισμό στην επιτόπια αγορά, τη μείωση της τουριστικής κίνησης στην Κύπρο και την αρνητική πορεία της τοπικής κεφαλαιαγοράς, το 2003 η Τράπεζα βελτίωσε την κερδοφορία της εμφανίζοντας μάλιστα αύξηση των υπολοίπων των καταθέσεων και των χορηγήσεων. Ειδικότερα αύξησε τη κερδοφορία της προ φόρων κατά 25%, παρά τη δύσκολη οικονομική συγκυρία και τον έντονο τραπεζικό ανταγωνισμό στην τοπική αγορά (Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος 2004). Ακόμη κατά το 2003, δημιουργήθηκε στην Τράπεζα τμήμα παροχής επενδυτικών υπηρεσιών, κατόπιν μεταφοράς των εργασιών της Εθνικής Χρηματιστηριακής Κύπρου η οποία είναι σε διαδικασία κλεισίματος (National Bank of Greece (Cyprus) Ltd 2004).

Στον Πίνακα 7 που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά μεγέθη της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (Κύπρου) κατά το 2003.

Πίνακας 7: Βασικά μεγέθη της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (Κύπρου)

Βασικά μεγέθη (σε χιλ. €) ⁽¹⁾	2003	2002	±%
Σύνολο Ενεργητικού	874 647	790 202	+10,7%
Ίδια Κεφάλαια	59 060	52 811	+11,8%
Μετοχικό Κεφάλαιο	39 224	40 128	-2,3%
Αποθεματικά	19 836	12 683	+56,4%
Τόκοι και εξομοιούμενα έσοδα	48 064	50 303	-4,5%
Κέρδη χρήσεως προ φόρων	8 380	6 686	+25,3%
(1) 2003: CYP/€ 1,70541, 2002: CYP/€ 1,74471			

Πηγή: <http://www.nbg.gr>

4.2.6 H Universal Bank

Η εταιρεία άρχισε τις δραστηριότητές της το 1925 με το όνομα *Ταμιευτήριο Γιαλούσας* (Yialousa Savings Bank Ltd - YSB), το οποίο ήταν η δέκατη εγγεγραμμένη εταιρεία περιορισμένης ευθύνης στην Κύπρο. Τον Ιούνιο του 1974 το *Ταμιευτήριο Γιαλούσας* έγινε εξουσιοδοτημένος χρηματοδοτικός οργανισμός υπό την επίβλεψη της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου με την άδεια να δεχτεί καταθέσεις, να ενεργοποιήσει τρεχούμενους λογαριασμούς και να παραχωρήσει δάνεια σε τοπικό νόμισμα (κυπριακή λίρα).

Μετά από την τουρκική εισβολή του 1974, το Ταμιευτήριο ήταν αδρανές μέχρι την 1^η Μαρτίου 1990, όπου και ξανάρχισε τη δραστηριότητά του μετά από κυβερνητική χρηματοδότηση, με το πρώτο κατάστημά του στη Λευκωσία, την πρωτεύουσα της Κύπρου.

Το 1995 το *Ταμιευτήριο Γιαλούσας* άνοιξε το δεύτερο του κατάστημα στη Λεμεσό και το 1996 επεκτάθηκε με το άνοιγμα ενός τρίτου υποκαταστήματος στη Λάρνακα. Το *Ταμιευτήριο Γιαλούσας* ήταν μία δημόσια επιχείρηση και τώρα οι μετοχές της διαπραγματεύονταν στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου με το νέο όνομα της τράπεζας, το Universal Savings Bank (<http://www.usb.com.cy>).

Το 1996 η Universal Life Insurance Co. Ltd, η μεγαλύτερη ασφαλιστική εταιρεία στο νησί, απέκτησε το 40% των μετοχών της YSB και στις 10 Ιουλίου του

1996 η YSB μετονομάστηκε σε Universal Savings Bank Ltd (USB). Η Universal Life Insurance Co. Ltd μετά από την απόκτηση των μετοχών της Τράπεζας, αποφάσισε να αναδιοργανώσει την οργάνωση της Τράπεζας προκειμένου να γίνει μια πλήρης τράπεζα, δηλαδή να επεκτείνει τις δραστηριότητές της στις διαδικασίες ξένου νομίσματος και στις εμπορικές επιχειρήσεις. Σήμερα, η Universal Life κατέχει το 50,2% των μετοχών της Universal Savings Bank Ltd (USB) (<http://www.usb.com.cy>).

Η Universal Life είναι μια δημόσια ασφαλιστική εταιρεία που διαπραγματεύεται στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου με μια θυγατρική εταιρεία στην Ελλάδα (Universal Life Hellas). Οι σημαντικοί μέτοχοί της είναι οι δύο μεγαλύτερες τράπεζες στην Κύπρο, δηλαδή ο όμιλος της Τράπεζα Κύπρου (28%) και ο όμιλος της Λαϊκής Τράπεζας (35%).

Τον Οκτώβριο του 1996, η Κεντρική Τράπεζα επέτρεψε στην Universal Savings Bank Ltd (USB) να ασχοληθεί με την αγορά και την πώληση των ξένων χαρτονομισμάτων.

Στις αρχές του 1997 η Τράπεζα άρχισε την οργανωτική της αναδόμηση προκειμένου να επιτευχθούν οι δυναμικοί της στόχοι. Επιλέγοντας καινούριο γενικό διευθυντή και προσλαμβάνοντας το απαιτούμενο προσωπικό επιδίωξε την επέκταση της Τράπεζας και την εκτέλεση ολοκληρωμένων τραπεζικών υπηρεσιών. Το Φεβρουάριο του 1997 η Universal Savings Bank Ltd (USB) έγινε πλήρες μέλος της Κυπριακής Ένωσης Εμπορικών Τραπεζών, και δραστηριοποιείται πλέον ως εμπορική τράπεζα σύμφωνα και με τις υπόλοιπες εμπορικές τράπεζες του νησιού, υπό την επίβλεψη της Κεντρικής Τράπεζας. Τον Απρίλιο του 1997, η Κεντρική Τράπεζα της Κύπρου επέτρεψε στην Universal Savings Bank Ltd (USB) να διαχειρίζεται λογαριασμούς ξένου νομίσματος, διεθνείς πληρωμές για πιστωτικές κάρτες, την καθιέρωση ξένων ανταποκριτών κ.λπ., ως ειδικό εξουσιοδοτημένο αντιπρόσωπο στο ξένο συνάλλαγμα. Επίσης τον Απρίλιο του 1997, το Υπουργείο Οικονομικών επέτρεψε στην Τράπεζα να ενεργήσει ως θεματοφύλακας των ασφαλιστικών εταιρειών και να δεχτεί κάποιες καταθέσεις ως εγκεκριμένες τοποθετήσεις, σύμφωνα με το άρθρο 20 του νόμου ασφαλιστικών εταιρειών του 1984 και του 1990 (<http://www.usb.com.cy>).

Από τον Μάιο του 1997, η Universal Savings Bank Ltd (USB) άρχισε να υπογράφει συμφωνίες σχετικά με τις διεθνείς σχέσεις και τις τραπεζικές συναλλαγές. Επίσης, έχει κάνει συμφωνίες με τις τοπικές τράπεζες, δηλαδή, την Ελληνική Τράπεζα και την Τράπεζα Κύπρου. Τον Μάιο του 1997, η Universal Savings Bank

Ltd (USB) ανανέωσε τη συμφωνία της με την Ελληνική Τράπεζα όσον αφορά τις εμπορικές τραπεζικές επιχειρήσεις, και υπέγραψε επίσης νέα συμφωνία με την Τράπεζα Κύπρου. Τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 1997, η Τράπεζα άνοιξε δύο νέα υποκαταστήματα στο Παραλίμνι και την Πάφο, ενώ τον Νοέμβριο και τον Δεκέμβριο του 1997, συνέχισε με το άνοιγμα δύο περισσότερων υποκαταστημάτων στη Λευκωσία. Σήμερα η Universal Savings Bank Ltd (USB) έχει 14 υποκαταστήματα σε ολόκληρη την Κύπρο και ένα τηλεφωνικό κέντρο στη Λευκωσία (<http://www.usb.com.cy>).

Τον Οκτώβριο του 1997 η Universal Savings Bank Ltd (USB) καταχώρησε το νέο της εμπορικό όνομα που είναι «UNIVERSAL BANK» και το λογότυπό της άλλαξε αναλόγως. Επίσης, τον Δεκέμβριο του 1997, η Κεντρική Τράπεζα έδωσε άδεια στην Universal Bank ως εξουσιοδοτημένος αντιπρόσωπο βάσει του Νόμου Ελέγχου Συναλλάγματος να προσφέρει αποκλειστικά μια πλήρη σειρά διεθνών υπηρεσιών που καλύπτουν τις διεθνείς πληρωμές, διαπραγμάτευση των εγγράφων εισαγωγής κ.λ.π. (<http://www.usb.com.cy>).

Η ποικιλία των προϊόντων που προσφέρει ο όμιλος περιλαμβάνει τραπεζικά προϊόντα και ασφαλιστικά προϊόντα. Στις διεθνείς και παράκτιες τραπεζικές εργασίες (International and Offshore Banking) προσφέρει διάφορους τύπους λογαριασμών σε ξένο νόμισμα.

Ο κύριος στόχος του Ομίλου της Universal Life για να επεκταθεί στον τραπεζικό τομέα είναι να παρέχει ένα μηχανισμό ανάπτυξης σε ολόκληρο τον όμιλο. Για να το πετύχει αυτό προγραμματίζει να προσφέρει τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες και μια μεγάλη ποικιλία καινοτόμων οικονομικών λύσεων στους πελάτες του στην καλύτερη δυνατή τιμή, με υψηλές αποδόσεις, και συγχρόνως μεγιστοποιώντας το κέρδος για τους μετόχους και διατηρώντας τον κίνδυνο σε λογικά επίπεδα.

Ο λόγος που πιστεύουν ότι υπάρχουν καλές προοπτικές για να πετύχουν τον πιο πάνω στόχο είναι τα υψηλά πρότυπα και ο αριθμός του προσωπικού της τράπεζας, ο οποίος είναι μικρότερος και κατά συνέπεια πιο αποδοτικός, το δίκτυο καταστημάτων της τράπεζας και η χρήση της πιο πρόσφατης τεχνολογίας στις υπηρεσίες που παρέχουν. Ακόμη, Ο στόχος της τράπεζας είναι να είσαι σε θέση να προσφέρει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της μέσω περιορισμένου αριθμού υποκαταστημάτων μαζί με τη χρησιμοποίηση της πιο πρόσφατης τεχνολογίας, μέσω

της οποίας ο πελάτης θα είναι σε θέση να εκτελέσει τα περισσότερα από τα αιτήματα και τις καθημερινές συναλλαγές του (<http://www.usb.com.cy>).

Όσον αφορά τα Οικονομικά Αποτελέσματα της Universal Bank για την πρώτη εξαμηνία του οικονομικού έτους 2004, ο κύκλος εργασιών ανήλθε σε £6.872.544 σε σύγκριση με £6.075.027 για το πρώτο εξάμηνο του 2003, παρουσιάζοντας σημαντική βελτίωση ύψους 13%. Τα κέρδη πριν από τις προβλέψεις ανήλθαν σε £110.496 σε σύγκριση με ζημιές ύψους £294.892 για την αντίστοιχη περίοδο του 2003. Οι ζημιές μετά τις προβλέψεις και φορολογία για την πρώτη εξαμηνία του 2004 ανήλθαν σε £711.623 σε σύγκριση με £1.795.354 για την περσινή εξαμηνία (Universal Bank 2004).

Το σύνολο των λειτουργικών εσόδων της Τράπεζας για το πρώτο εξάμηνο του έτους 2004 παρουσίασε αύξηση ύψους 12% και ανήλθε σε £3.197.963 σε σύγκριση με £2.844.068 για το περσινό εξάμηνο, ενώ το σύνολο των λειτουργικών εξόδων παρουσίασε μείωση ύψους 2% από την περσινή αντίστοιχη περίοδο και διαμορφώθηκε σε £3.087.467 (Universal Bank 2004).

Το σύνολο του ενεργητικού ανήλθε σε £204,7 εκατ. σημειώνοντας αύξηση της τάξεως του 2% σε σύγκριση με το τέλος του έτους 2003, και αύξηση 11% σε σύγκριση με την αντίστοιχη εξάμηνη περίοδο του 2003. Οι καταθέσεις της Τράπεζας έφτασαν τα £179,8 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση ύψους 2%. Το σύνολο των δανείων και άλλων χορηγήσεων ανήλθαν σε £129,5 εκατ. σημειώνοντας αύξηση ύψους 3%. Ο ρυθμός των αυξήσεων αυτών, αν και χαμηλότερος από άλλες χρονιές, κρίνεται ικανοποιητικός λαμβάνοντας υπόψη την επιβράδυνση που επικρατεί στο ρυθμό ανάπτυξης της κυπριακής οικονομίας (Universal Bank 2004).

Με την πετυχημένη έκδοση δευτεροβάθμιου δανειακού κεφαλαίου διάρκειας πέντε ετών κατά τα μέσα του 2003, συνολικού ύψους £8 εκατ., τόσο η κεφαλαιουχική βάση της Τράπεζας όσο και ο δείκτης κεφαλαιακής επάρκειας βελτιώθηκαν σημαντικά σε £18,5 εκατ. και 12,5% αντίστοιχα. Σύμφωνα με τους κανονισμούς της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου το ελάχιστο ποσοστό κεφαλαιακής επάρκειας που πρέπει να διατηρεί μια Κυπριακή τράπεζα στην Κύπρο είναι 10% (Universal Bank 2004).

Άμεσος στόχος της Τράπεζας είναι η δημιουργία νέων προϊόντων με απώτερο σκοπό την επικερδή διαφοροποίησή της από τον ανταγωνισμό και την προσφορά

προϊόντων και λύσεων που βοηθούν τους πελάτες στην ανάπτυξη των εργασιών τους. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2004, ανακοινώθηκαν μεταξύ άλλων, νέα 2ετή και 3ετή καταθετικά προϊόντα τα οποία συνέτειναν θετικά στα αποτελέσματα της Τράπεζας, ενώ σύντομα θα ανακοινωθούν νέα καταθετικά και δανειοδοτικά προϊόντα (Universal Bank 2004).

Η υλοποίηση της εφαρμογής του Internet Banking έχει ολοκληρωθεί και αναμένεται η προσφορά της υπηρεσίας αυτής σε όλους τους πελάτες της Τράπεζας εντός 2 μηνών. Η Υπηρεσία Ηλεκτρονικής Τραπεζικής «i bank» θα προσφέρει σημαντικές και ευέλικτες ηλεκτρονικές υπηρεσίες με αποτέλεσμα την αναβάθμιση στην ποιότητα εξυπηρέτησης των πελατών της τράπεζας. Ταυτόχρονα, με την αυτοματοποίηση στην εκτέλεση εργασιών «ρουτίνας» θα επιτευχθεί μείωση των λειτουργικών της εξόδων (Universal Bank 2004).

4.2.7 Emporiki Bank - Cyprus

Η πρώτη φάση της εισόδου της Εμπορικής Τράπεζας στην κυπριακή αγορά εξελίσσεται κατά την περίοδο 1994-2000 κατά την οποία η Τράπεζα σταδιακά έφτασε να αριθμεί τέσσερα καταστήματα. Κατά την περίοδο αυτή δόθηκε έμφαση στην ανάπτυξη συνεργασίας με επιχειρήσεις και μεγάλους οργανισμούς στην χορήγηση δανείων και αποδοχή καταθέσεων (<http://www.combank.com.cy>).

Η Εμπορική Τράπεζα αποφάσισε να επεκτείνει με ταχείς ρυθμούς την παρουσία της στην Κύπρο. Έτσι μετά από σχετική έγκριση του Διοικητικού της Συμβουλίου υπογράφει, την Παρασκευή 27 Οκτωβρίου 2000, σύμβαση στρατηγικής συμμαχίας με την εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αξιών Κύπρου εταιρεία GLORY WORLDWIDE HOLDINGS LTD. Το επιχειρηματικό σχέδιο προέβλεπε τον μετασχηματισμό της Εμπορικής Τράπεζας στη Κύπρο, όπου μέχρι τότε δραστηριοποιείτο με τέσσερα υποκαταστήματα, σε νέα Ανώνυμη Τραπεζική Εταιρία, με άμεση λειτουργία 15 καταστημάτων από τον πρώτο χρόνο και στόχο εντός της επόμενης πενταετίας τα 45, προσβλέποντας σε κατάκτηση μεριδίου αγοράς της τάξεως του 5%. Η συμμετοχή της Εμπορικής Τράπεζας ανερχόταν στο 51% και της GLORY στο 45%, ενώ με 4% συμμετείχε ο επιχειρηματικός όμιλος Παρασκευαΐδη. (<http://www.emporiki.gr>).

Έτσι, την 1^η Αυγούστου του 2001 άρχισε η λειτουργία της θυγατρικής Emporiki Bank - Cyprus Ltd, η οποία ιδρύθηκε από την Εμπορική Τράπεζα σε συνεργασία με Κύπριους επιχειρηματίες και στην οποία ενσωματώθηκαν τα τέσσερα καταστήματα της Εμπορικής Τράπεζας στην Κύπρο. Η Διεθνής Τραπεζική Μονάδα στην Κύπρο συνεχίζει τη λειτουργία της ως Κατάστημα της Εμπορικής Τράπεζας (<http://www.combank.com.cy>).

Η αποστολή της Emporiki Bank - Cyprus Ltd είναι να δημιουργήσει μια δυναμική και προοδευτική Τράπεζα, με έμφαση την υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση των πελατών, ενώ στοχεύει επίσης στο να διασφαλίσει την προτίμηση του πελάτη για την Εμπορική Τράπεζα με το να του προσφέρει μοναδικού επιπέδου εξυπηρέτηση, να έχει σημαντική παρουσία στην Κυπριακή Αγορά διατηρώντας ταυτόχρονα την ευελιξία της και να είναι για τον πελάτη «One-Stop» shop για όλες τις χρηματοοικονομικές του ανάγκες (<http://www.emporiki.gr>).

Όσον αφορά το μερίδιο αγοράς της Emporiki Bank - Cyprus Ltd στην Κυπριακή αγορά στις 31 Δεκεμβρίου 2002 ανερχόταν σε 1,3% με βάση τις χορηγήσεις, 0,9% με βάση το σύνολο ενεργητικού και 0,6% με βάση τις καταθέσεις. (<http://www.emporiki.gr>).

Ενώ, μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2004 λειτουργούσαν πέντε καταστήματα, δύο στη Λευκωσία, ένα στη Λεμεσό, ένα στη Λάρνακα και ένα στην Πάφο, η παρουσία της έγινε ξαφνικά αρκετά αισθητή με την ταυτόχρονη λειτουργία επτά (7) νέων πρότυπων καταστημάτων τον Οκτώβριο του 2004 με αποτέλεσμα το δίκτυο της να αριθμεί σήμερα 12 καταστήματα παγκυπρίως. Ο συνολικός αριθμός των ατόμων που απασχολεί ανέρχεται στα 250 άτομα. Στόχος όμως είναι η άμεση ανάπτυξη ικανού δικτύου υποκαταστημάτων που θα καλύψουν χωροταξικά όλη την Κύπρο, τα οποία θα συνεισφέρουν από κάθε άποψη (τοποθεσία, εμφάνιση, οργάνωση, κ.τ.λ.), στο σκοπό της (<http://www.emporiki.gr>).

Η Emporiki Bank - Cyprus Ltd δραστηριοποιείται στη λιανική και στην επιχειρηματική τραπεζική. Η παροχή σύγχρονων τραπεζικών προϊόντων σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές δίνοντας έμφαση στο τρίπτυχο ποιότητα εξυπηρέτησης, ταχύτητα εξυπηρέτησης και ανταγωνιστικές τιμές, είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο κινείται η Τράπεζα για την παροχή νέων προϊόντων. Ήδη το 2002 άρχισαν να προσφέρονται νέα προϊόντα όπως: Πιστωτικές Κάρτες (χρυσή, απλή, electron), με την επονομασία Εμποροκάρτα Visa, Εποχικά Δάνεια (Διακοπών, σχολικό, Χριστουγέννων, Πασχαλινό), καινοτόμα προϊόντα για την Κυπριακή αγορά,

Φοιτητικά Δάνεια και Φοιτητικά Πακέτα Διευκολύνσεων που εξυπηρετούν φοιτητές στην Κύπρο και το εξωτερικό, Στεγαστικά δάνεια (Πρώτης κατοικίας, δεύτερης κατοικίας και γης, για επαγγελματίες & επενδυτές, σε ξένο συνάλλαγμα). Στη στεγαστική πίστη, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε, με τη δημιουργία ξεχωριστού προϊόντος, στην ανάπτυξη συνεργασιών με εταιρείες ανάπτυξης γης (developers) (<http://www.combank.com.cy>).

Η Emporiki Bank - Cyprus Ltd, σκοπό έχει την αύξηση των καταστημάτων της σε 40-45 τα επόμενα 5 χρόνια, καλύπτοντας έτσι στρατηγικά σημεία σε όλες τις πόλεις της Κύπρου με αύξηση του μεριδίου αγοράς στο 5%, δίνοντας μεγαλύτερη έμφαση στην αγορά των ιδιωτών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων (retail banking) (<http://www.combank.com.cy>).

Οι στρατηγικοί στόχοι της Emporiki Bank - Cyprus Ltd είναι οι ακόλουθοι (<http://www.combank.com.cy>):

- Παροχή του υψηλότερου επιπέδου υπηρεσιών σε όλους τους τομείς που δραστηριοποιείται.
- Να διακρίνεται και να υπερέχει για την κατανόηση και γρήγορη ανταπόκριση που δείχνει απέναντι στις ανάγκες των πελατών της.
- Να είναι μια από τις πιο τεχνολογικά και ηλεκτρονικά αναβαθμισμένες τράπεζες στην Κυπριακή Αγορά.
- Να είναι ευαισθητοποιημένη στις ανάγκες του κοινωνικού συνόλου.
- Ανάπτυξη ικανού δικτύου καταστημάτων τα οποία θα καλύψουν χωροταξικά όλη την Κύπρο και θα υπερέχουν σε τοποθεσία, εμφάνιση, οργάνωση
- Ανάπτυξη και εφαρμογή νέου, σύγχρονου και αποτελεσματικού μηχανογραφικού συστήματος που όχι μόνο θα καλύπτει όλες τις σημερινές ανάγκες της Τράπεζας, αλλά και θα παρέχει την δυνατότητα για ανάπτυξη νέων προϊόντων.
- Αποτελεσματική οργάνωση των επί μέρους μονάδων ούτως ώστε η Τράπεζα να μπορεί να είναι γρήγορη και ευέλικτη στις κινήσεις της μέσα στα πλαίσια της δυναμικής και απαιτητικής τραπεζικής αγοράς.
- Συνεχής εκπαίδευση και επιμόρφωση του προσωπικού για να μπορεί να ανταποκρίνεται στις αυξανόμενες ανάγκες και απαιτήσεις που επιβάλλουν οι στρατηγικοί στόχοι της Τράπεζας.

Όπως παρουσιάζονται και στον Πίνακα 8, τα οικονομικά στοιχεία του ενεργητικού κατά το τέλος του 2002 είχαν ως ακολούθως:

Πίνακας 8: Οικονομικά στοιχεία της Emporiki Bank - Cyprus Ltd

Σύνολο Ενεργητικού	£116.882.663
Ίδια κεφάλαια	£ 9.029.296
Κέρδη προ φόρων	£ (788.365)
Μετοχικό κεφάλαιο	£ 10.000.000 (μετοχές της £1)

Πηγή: <http://www.emporiki.gr>

4.2.8 H Société Générale Cyprus

Η πρόσφατη απόφαση της Επιτροπής Προστασίας Ανταγωνισμού (ΕΠΑ) στην περίπτωση του τραπεζικού καρτέλ, άλλαξε τα δεδομένα για το κυπριακό τραπεζικό σύστημα. Μετά την απόφαση αυτή, διανοίχτηκαν πλέον νέες προοπτικές για την είσοδο νέων τραπεζών στην κυπριακή αγορά, οι οποίες έπρεπε να είναι πλέον ελεύθερες να ανταγωνιστούν επί ίσοις όροις τις ντόπιες τράπεζες (Ορφανίδης 2004).

Ήδη, στην εκμετάλλευση νέων ευκαιριών που προσφέρονται στην Κύπρο επιδίδεται τα τελευταία χρόνια ολοένα και πιο εντατικά η γαλλικών συμφερόντων τράπεζα Société Générale. Την ίδια στιγμή που οι ντόπιες τράπεζες μειώνουν τον αριθμό των υποκαταστημάτων τους για να μειώσουν το λειτουργικό κόστος, το σύνθημα για τη Société είναι «επέκταση. Στόχος, δε, είναι η είσοδός της στην αγορά λιανικών τραπεζικών εργασιών (Ορφανίδης 2004).

Η Société Générale Cyprus ήταν μία από τις πρώτες διεθνείς τραπεζικές μονάδες που εγκαταστάθηκαν στην Κύπρο. Συγκεκριμένα, η παρουσία της αρχίζει το 1985 σαν υπεράκτια τράπεζα, σε συνεργασία της Société Générale με τη Λιβανέζικη οικογένεια Sehnaoui, που αποτελούν τους συνεργάτες της στο Λίβανο, και τη Βελγική Générale de Banque. Το 1991, η Société Générale αγόρασε τις μετοχές της Générale de Banque, αυξάνοντας τη συμμετοχή της σε 51%. Από την 1^η Ιανουαρίου 1993 η Τράπεζα έχει υιοθετήσει το όνομα της μητρικής Γαλλικής της εταιρείας, Société Générale. Ο όμιλος Société Générale συγκαταλέγεται σε ένα από τους μεγαλύτερους οικονομικούς οργανισμούς του κόσμου με προσωπικό που ξεπερνά τις

88,000 σε περισσότερες από 80 χώρες. Η Société Générale αναγνωρίζεται ως ηγετική μορφή σε μεγάλο αριθμό υπηρεσιών, όπως χρηματοδότηση έργων και χρηματοδότηση εξαγωγών, πέραν του διεθνές δικτύου λιανικής τραπεζικής (<http://www.sgcypprus.com>).

Με έδρα της τη Λευκωσία, την πρωτεύουσα της Κύπρου, η Société Générale Cyprus Ltd τοποθετείται στρατηγικά για να εξυπηρετήσει ένα ευρύ φάσμα πελατών. Σήμερα η Τράπεζα έχει 4 υποκαταστήματα στη Λευκωσία, τη Λεμεσό, τη Λάρνακα και την Πάφο (Eurokerdos 2004).

Η Société Générale Cyprus Ltd έτοιμη να ανταποκριθεί θετικά στις ανάγκες τόσο των μόνιμων όσο και των ξένων κατοίκων της Κύπρου, προσφέρει στην επιτόπια αγορά ένα ολοκληρωμένο πακέτο τραπεζικών υπηρεσιών με τα πλεονεκτήματα μιας Διεθνούς και Ευρωπαϊκού κύρους Τράπεζας. Μέσω αυτής, όλοι όσοι διαμένουν στην Κύπρο μπορούν να διατηρούν τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς σε λίρες Κύπρου στη Société Générale Cyprus και έτσι να διαχειρίζονται και τις εγχώριες τους συναλλαγές σε ανταγωνιστικές τιμές (Eurokerdos 2004).

Η θέση της στην Κύπρο, το ότι δηλαδή βρίσκεται μεταξύ Ευρώπης και Μέσης Ανατολής, της επιτρέπει να δραστηριοποιείται τόσο στην Κύπρο όσο και στην ευρύτερη περιοχή. Μάλιστα για να αναπτύξει και να προσαρμόσει τις υπηρεσίες της έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της Κύπρου ως περιφερειακό κέντρο, η Société Générale Cyprus Ltd άνοιξε επίσης το 1998 έναν πλήρως εξοπλισμένο κατάστημα «διεθνών επιχειρήσεων» στη Λεμεσό, αφού περισσότερες από το 70% των «διεθνών επιχειρήσεων» που δραστηριοποιούνται στην Κύπρο, ναυτιλιακές κυρίως, βρίσκονται στη Λεμεσό. Το γεγονός αυτό είναι σπάνιο για τις διεθνείς τράπεζες και ιδιαίτερα σημαντικό για την Société Générale Cyprus Ltd που προσφέρει αυτή την επιπρόσθετη δυνατότητα στην Κύπρο (<http://www.sgcypprus.com>).

Όσον αφορά τους στόχους που έχει θέσει ο οργανισμός, είναι το 2005 ή το αργότερο μέχρι το 2006, να επεκταθεί ακόμη περισσότερο το δίκτυο των υποκαταστημάτων του. Ήδη, κατά τη διάρκεια των τελευταίων τεσσάρων ετών ο αριθμός υπαλλήλων της Société Générale Cyprus έχει διπλασιαστεί. Ενώ οι απολογισμοί της Société Générale Cyprus περιλαμβάνονται στους απολογισμούς του

Ομίλου της Société Générale, ο ισολογισμός της Société Générale Cyprus είναι ένας από τους μεγαλύτερους μεταξύ των διεθνών τραπεζών στην Κύπρο, καθώς η αποδοτικότητά της τα τελευταία τέσσερα χρόνια έχει αυξηθεί (<http://www.sgcypprus.com>).

Φιλοδοξία της τράπεζας, είναι να διαδραματίσει ένα ρόλο στην κυπριακή αγορά, να συμβάλει με τον τρόπο της στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, αλλά και στην ανάπτυξη της κυπριακής οικονομίας, παρέχοντας δάνεια σε μεγάλες επιχειρήσεις και έλκοντας ταυτόχρονα και «επιχειρήσεις-δορυφόρους». Την ίδια στιγμή, η τράπεζα δεν σκοπεύει να παραμελήσει την αγορά προσωπικών δανείων για καταναλωτικούς ή στεγαστικούς σκοπούς (Ορφανίδης 2004).

Ωστόσο, η υλοποίηση της απόφασης για επέκταση, δεν έχει ακόμα ξεκαθαρίσει από το κατά πόσον θα γίνει με την εξαγορά μιας άλλης τράπεζας ή θα προέλθει εσωτερικά.

Ωστόσο, παρά τα σχέδιά της για επέκταση, η υλοποίηση των οποίων θα έχει αναγκαστικά ως αποτέλεσμα την πρόσληψη νέου προσωπικού, η τράπεζα έχει θέσει ως στόχο να περιορίσει την αναλογία εργατικού κόστους προς έσοδα από 70% που βρισκόταν πέρσι σε 60% φέτος και 50% για το επόμενο έτος. Η υλοποίηση του στόχου αυτού, προϋποθέτει την επέκταση του κύκλου εργασιών της τράπεζας, αλλά και την αυτοματοποίηση της καθημερινής εργασίας, ούτως ώστε να απαιτείται λιγότερο προσωπικό για τη διεκπεραίωσή της (Ορφανίδης 2004).

Ήδη, η γαλλική τράπεζα, η οποία δεν μετέχει στη συμφωνία για τη συλλογική σύμβαση του Εργοδοτικού Συνδέσμου Τραπεζών με την Ένωση Τραπεζικών Υπαλλήλων Κύπρου (ΕΤΥΚ), προσφέρει ένα σχέδιο απολαβών, το οποίο προβλέπει την παροχή αυξήσεων, ΑΤΑ και διαφόρων ωφελημάτων ανάλογα με το φόρτο εργασίας των υπαλλήλων αλλά και την απόδοσή τους. Με ένα ειδικό σύστημα παροχής κινήτρων, ανταμείβει η τράπεζα την πρωτοβουλία και την υπευθυνότητα των υπαλλήλων της. Σχετικά με το σύστημα αυτό, έχει ήδη ενημερωθεί η ΕΤΥΚ, και συνεχίζουν μαζί της τις διαβουλεύσεις. Όπως υποστηρίζει η Τράπεζα με τον τρόπο αυτό προσφέρει στους υπαλλήλους της περισσότερο απ' ό,τι προσφέρει η κυπριακή αγορά, γεγονός που αντανακλάται από το ότι δεν αντιμετωπίζει οποιαδήποτε προβλήματα με την εξεύρεση προσωπικού (Ορφανίδης 2004).

4.2.9 Η Arab Bank

Η Arab Bank άρχισε τη λειτουργία της στην Κύπρο το 1984, σαν υποκατάστημα της ομώνυμης διεθνούς τράπεζας. Αυτή ήταν η πρώτη φορά που μία ξένη τράπεζα, εκτός από Αγγλική, Τουρκική ή Ελληνική προέλευση, λειτουργούσε στην Κύπρο. Οι λόγοι προσέλκυσής της στο νησί, ήταν λόγω της μεγάλης δημοτικότητας της Κύπρου ως θέρετρο διακοπών και ως άσυλο από την πολιτική αστάθεια που επικρατούσε στη Μέση Ανατολή. Σήμερα, η τράπεζα έχει ένα δίκτυο 13 καταστημάτων σε όλες τις πόλεις της Κύπρου και σε τουριστικά σημεία του νησιού (Phylaktis 1995).

Η τράπεζα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη εξυπηρέτηση του διεθνούς τομέα και των μη κατοίκων του νησιού. Κατά συνέπεια, το 1998 προχώρησε στην ίδρυση μιας διεθνούς τραπεζικής μονάδας, η οποία προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στους πελάτες της, κυρίως όσον αφορά τις διεθνείς δραστηριότητες του Ομίλου της Arab Bank. Η παγκόσμια παρουσία της Arab Bank της επιτρέπει να προσφέρει γρήγορες και αποτελεσματικές υπηρεσίες στους πελάτες της (<http://www.arabbank.com.cy>).

Ο όμιλος της Arab Bank είναι ένας από τους κύριους χρηματοδοτικούς οργανισμούς στον αραβικό κόσμο καθώς και από τις κυριότερες διεθνείς τράπεζες από την άποψη μετοχικού κεφαλαίου, κερδών και ενεργητικού. Το μετοχικό κεφάλαιο του ομίλου της Arab Bank είναι περισσότερο από \$2.3 δις. Το συνολικό ενεργητικό του ομίλου είναι περίπου \$23 δις, ενώ οι συνολικές καταθέσεις είναι περίπου \$20 δις. Στις 30 Ιουνίου 2002, το μετοχικό κεφάλαιο του ομίλου της Arab Bank υπερέβη 10,0% του συνολικού ενεργητικού. Ο όμιλος της Arab Bank αποτελείται από 4.000 μετόχους προερχόμενοι από όλο τον κόσμο, κυρίως όμως από τις αραβικές χώρες (<http://www.arabbank.com.cy>).

Η Arab Bank καθιερώθηκε το 1930 στην Ιερουσαλήμ. Στη συνέχεια, το 1948, επεκτάθηκε προς το Αμάν και αργότερα στην Ιορδανία ως δημόσια επιχείρηση εταιρικής ευθύνης. Στις πρώτες δεκαετίες της λειτουργίας της επικεντρώθηκε στην καθιέρωση ενός στερεού δικτύου καταστημάτων σε όλο τον αραβικό κόσμο. Από το 1960 και μετά άρχισε να επεκτείνεται σε όλο τον κόσμο. Η Arab Bank ήταν ο πρώτος αραβικός χρηματοδοτικός οργανισμός που καθιέρωσε την παρουσία του στην Ελβετία με το άνοιγμα καταστήματός της το 1962 στη Ζυρίχη. Το άνοιγμα των αντιπροσωπευτικών της γραφείων στην Κίνα και το κατάστημά της στη Σεούλ είναι

μια αναγνώριση της αυξανόμενης σπουδαιότητας των οικονομικών δεσμών μεταξύ της Ασίας και του αραβικού κόσμου (<http://www.arabbank.com.cy>).

Σήμερα ο όμιλος της Arab Bank δραστηριοποιείται σε όλες τις αραβικές χώρες στις οποίες επιτρέπονται οι τραπεζικές εργασίες ιδιωτικού τομέα, έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο με περισσότερα από 400 καταστήματα και γραφεία σε πέντε ηπείρους. Συμμετέχει στην παροχή μιας ευρείας ποικιλίας οικονομικών υπηρεσιών σε ιδιώτες, εταιρείες, κυβερνητικές αντιπροσωπείες και άλλους διεθνείς χρηματοδοτικούς οργανισμούς (<http://www.arabbank.com.cy>).

Στην Arab Bank δίδεται μεγάλη προτεραιότητα στην κατάρτιση του προσωπικού και για αυτό το λόγο διατηρούνται εκπαιδευτικά τμήματα σε όλες τις χώρες λειτουργίας της. Στο προσωπικό προσφέρεται η ευκαιρία να αναβαθμίσει τις επαγγελματικές του δεξιότητες και να παρευρεθεί τακτικά σε προγράμματα και σειρές μαθημάτων εσωτερικής εκπαίδευσης που προσφέρονται από ειδικευμένα ιδρύματα για τις τραπεζικές εργασίες και τη χρηματοδότηση .

Η Arab Bank μετά από συνδυασμό της μακροχρόνιας ιστορικής της εμπειρίας και της προνοητικότητάς της, εφαρμόζει ό,τι πιο πρόσφατο υπάρχει όσον αφορά την τεχνολογία για να εξασφαλίζει την αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των πελατών της. Ήταν η πρωτοπόρος στον αραβικό κόσμο στην εισαγωγή των συστημάτων πληροφορικής στον τραπεζικό χώρο καθώς και το πρώτο ίδρυμα που προσφέρει νέες υπηρεσίες στον αραβικό κόσμο. Στην τράπεζα έχουν εισαχθεί ένα διακλαδικό σύστημα, το ηλεκτρονικό σύστημα επαλήθευσης υπογραφών και το σύστημα αναμονής. Τα υποκαταστήματα της τράπεζας συνδέονται επίσης με τα συστήματα SWIFT για να εξασφαλίσουν την αποδοτικότητα και την ευκολία πελατών. Σύντομα θα εφαρμοσθεί ένα παγκόσμιο ηλεκτρονικό σύστημα που θα επιτρέπει τη σύνδεση όλων των καταστημάτων της Τράπεζας παγκοσμίως (<http://www.arabbank.com.cy>).

Ο όμιλος της Arab Bank προσφέρει αυτοματοποιημένες υπηρεσίες στους πελάτες του μέσω των Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM), της ηλεκτρονικής τραπεζικής και της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Σήμερα, η Τράπεζα έχει περισσότερα από 140 ATM που λειτουργούν σε δέκα χώρες και είναι η πρώτη τράπεζα που εισάγει τις υπηρεσίες του ATM στην Ιορδανία, το Λίβανο, την Παλαιστίνη και την Υεμένη. Στην Κύπρο λειτουργούν 10 ATM και οι κάτοχοι της κάρτας της Arab Bank μπορούν να χρησιμοποιήσουν εκτός από τα δικά της ATM, και τα ATM της Ελληνικής Τράπεζας και της Alpha Bank, που είναι μέλη του δικτύου BankLink (<http://www.arabbank.com.cy>).

Ο στόχος της Arab Bank είναι να προσθέσει αξία στον επιχειρησιακό τομέα της Κύπρου, αξιοποιώντας τη δύναμη των ισολογισμών του ομίλου της Arab Bank, αφού πλέον η Κύπρος μετά και την ένταξή της στην Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί πόλο έλξης για πολλές διεθνείς επιχειρήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

Οι αρχές του 21^{ου} αιώνα δεν απέχουν πολύ από τις αρχές της δεκαετίας του '90. Και όμως σε αυτή την περίπου δεκαετία που μεσολάβησε, οι συναλλαγές των καταναλωτών με τις τράπεζες παρουσίασαν επαναστατικές αλλαγές και στην Κύπρο, όπως είχε συμβεί μερικά χρόνια πριν στις περισσότερες ευρωπαϊκές και ανεπτυγμένες χώρες. Οι αλλαγές αυτές επηρεάζουν όλους τους καταναλωτές, πελάτες των τραπεζών, αλλά αφορούν περισσότερο εκείνους που αποφασίζουν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που δημιουργεί η απελευθέρωση του Κυπριακού τραπεζικού συστήματος, ο ανταγωνισμός μεταξύ των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, η δημιουργία καινούριων τραπεζικών προϊόντων και η χρήση νέων τεχνολογιών στις συναλλαγές τους με τις τράπεζες.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας στα θέματα συλλογής, αποθήκευσης, διαχείρισης, μετάδοσης και διανομής της πληροφορίας έχει επηρεάσει και συνεχίζει να επηρεάζει όλες τις τραπεζικές διαδικασίες. Οι εξελίξεις της πληροφορικής γενικά, επηρεάζουν όλες τις μορφές της τραπεζικής δραστηριότητας και μπορεί να θεωρηθούν ως μία από τις κύριες δυνάμεις ώθησης του τραπεζικού τομέα διεθνώς. Η νέα πραγματικότητα της ηλεκτρονικής τραπεζικής (electronic banking ή e-banking) φαίνεται ότι ανοίγει νέες προοπτικές, αλλά επιφυλάσσει και διαφορετικής μορφής κινδύνους. Για το λόγο αυτό απαιτείται από τους τραπεζικούς οργανισμούς τόσο ένας προσδιορισμός της στρατηγικής τους, όσο και η θέσπιση ισχυρών εποπτικών μηχανισμών (European Central Bank 1999).

Η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής (ή remote banking) περιλαμβάνει κάθε συναλλαγή που διεξάγεται χωρίς την άμεση επαφή του πελάτη με το προσωπικό της τράπεζας, αλλά με την παρεμβολή ενός μέσου. Το κύριο χαρακτηριστικό των συναλλαγών αυτών είναι ότι μέχρι σήμερα λειτουργούν συμπληρωματικά ή και ως υποκατάστατα των υπηρεσιών που παραδοσιακά παρέχονται από τα τραπεζικά καταστήματα (Γκόρτσος και Τασάκος 2003). Παρόλα αυτά όμως το remote banking αντιμετωπίζεται πλέον ως αναπόσπαστο κομμάτι των υπηρεσιών που απευθύνονται σε ιδιώτες πελάτες (retail banking). Οι συναλλαγές που συμπεριλαμβάνονται σε αυτό τον ορισμό είναι (Ενωση Ελληνικών Τραπεζών 2001):

- Συναλλαγές από τις Αυτόματες Ταμειακές Μηχανές, τα γνωστά ATM, που έχουν εγκαταστήσει οι τράπεζες. Σε μια εξελιγμένη τους μορφή τα ATM

περιλαμβάνουν ένα αμφίδρομο σύστημα οθονών, μέσω των οποίων ένας υπάλληλος της τράπεζας δίνει – αν χρειαστεί - οδηγίες στον χρήστη – πελάτη.

- Συναλλαγές μέσω διαδικτύου (internet banking), όπου ο πελάτης χρησιμοποιεί προγράμματα λογισμικού που είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο. Για την πραγματοποίηση των συναλλαγών η τράπεζα παρέχει στο χρήστη κωδικό πρόσβασης.
- Συναλλαγές μέσω τηλεφώνου, όπου εδώ περιλαμβάνονται δύο είδη συναλλαγών: Αυτές μέσω σταθερού τηλεφώνου, όπου στην επικοινωνία πελάτη και υπαλλήλου παρεμβάλλεται ως μέσο το τηλέφωνο (telephone banking) και η οποία μπορεί να γίνει με δύο τρόπους, με την βοήθεια ενός Λειτουργού εξυπηρέτησης είτε μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης χρησιμοποιώντας το πληκτρολόγιο του τηλεφώνου, και η πιο πρόσφατα εμφανιζόμενη μορφή για εξ' αποστάσεως συναλλαγές, αυτή μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking).

Στη συνέχεια του κεφαλαίου αυτού, θα παρουσιαστούν αναλυτικά τα τρία είδη της ηλεκτρονικής τραπεζικής που προσφέρονται στους καταναλωτές μέσω των Κυπριακών εμπορικών τραπεζών.

5.1 Οι Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

Εδώ και είκοσι ολόκληρα χρόνια άνθρωποι σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν τις Αυτόματες Ταμειακές Μηχανές (ATM). Στην Κύπρο οι ATM λειτούργησαν για πρώτη φορά το 1987 από τη Λαϊκή Τράπεζα, ανοίγοντας έτσι νέους ορίζοντες στην τραπεζική εξυπηρέτηση του τόπου και στη διευκόλυνση του κοινού χάρη στην 24ωρη λειτουργία τους. Τα ATM είναι ο πρόδρομος αλλά και το πιο πλέον διαδεδομένο σήμερα μέσο ηλεκτρονικής τραπεζικής σε όλο το κόσμο.

Πριν από μερικά χρόνια οι ουρές στις τράπεζες ήταν καθημερινό φαινόμενο, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να αναγκαστούν να δημιουργήσουν τις περίφημες ενιαίες ουρές και τα χαρτάκια προτεραιότητας, που βρίσκουμε ακόμα και σήμερα σε διάφορα υποκαταστήματα των τραπεζών. Η κατάσταση βελτιώθηκε κάπως, χωρίς όμως να αλλάξει για τον απλό πολίτη, που έπρεπε πάλι να περιμένει στην ουρά.

Αυτό που άλλαξε ολόκληρη την εικόνα της εξυπηρέτησης των πολιτών στο τραπεζικό σύστημα όχι μόνο της Κύπρου, αλλά και των υπόλοιπων ανεπτυγμένων χωρών τα τελευταία χρόνια ήλθε από τις νέες τεχνολογίες και την εφαρμογή της Πληροφορικής. Τα ATM οδήγησαν στην αποσυμφόρηση της κατάστασης και ελαχιστοποίησαν τις ουρές στα γκισέ των ταμείων. Ουσιαστικά, τα ATM αποτελούν ένα προσωπικό ταμείο έτοιμο να εξυπηρετήσει τον καθένα 24 ώρες το 24ωρο. Τα μόνα που χρειάζονται είναι μια κάρτα και ο κωδικός αριθμός που θα επιτρέψει τη συναλλαγή. Σιγά - σιγά οι ουρές από τις τράπεζες άρχισαν να εξαφανίζονται και οι υπάλληλοι βρήκαν καλύτερη και πιο αποδοτική απασχόληση από το ταμείο, αφού πλέον ο αριθμός των ταμείων μειώνεται σε κάθε υποκατάστημα. Στο πορτοφόλι του απλού πολίτη μπήκαν ακόμα μια πλαστική κάρτα, η κάρτα των συναλλαγών, και ένα χαρτάκι με τον κωδικό πρόσβασης, το PIN. Το PIN είναι ο προσωπικός αριθμός αναγνώρισης που συνοδεύει την κάρτα και επιτρέπει τις συναλλαγές (Καρακατσάνης 2003).

Οι πελάτες των τραπεζών που χρησιμοποιούν τα ATM έχουν τις ακόλουθες δυνατότητες χρησιμοποιώντας τις χρεωστικές ή πιστωτικές τους κάρτες και βάζοντας τον απαραίτητο κωδικό (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>) :

- ☐ Να πραγματοποιούν ανάληψη μετρητών.
- ☐ Να πραγματοποιούν μεταφορά χρημάτων σε δικό τους ή ξένο λογαριασμό.
- ☐ Να πληρώνουν τη δόση κάποιου δανείου ή κάρτας τους.
- ☐ Να εξοφλούν λογαριασμούς των Οργανισμών Κοινής Ωφέλειας (νερό, ρεύμα).
- ☐ Να πραγματοποιούν κατάθεση μετρητών ή/και επιταγών.
- ☐ Να εκτυπώνουν τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους.
- ☐ Να πραγματοποιούν ανάκληση πληρωμής επιταγής.
- ☐ Να παίρνουν πληροφορίες για το τρόπο πληρωμής επιταγής.
- ☐ Να παραγγέλνουν βιβλιάρια επιταγών και έντυπα καταθέσεων.
- ☐ Να αλλάζουν τον Προσωπικό Μυστικό τους Αριθμό (PIN).

- Να πραγματοποιούν ανάληψη ξένων χαρτονομισμάτων (ευρώ, δολάρια, στερλίνες) από επιλεγμένες όμως ATM.

Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι πλέον μέσω των ATM παρέχεται στους καταναλωτές ένα πλήρες φάσμα συναλλαγών. Από τη χρήση τους, οι καταναλωτές μπορούν να επωμιστούν πολλά οφέλη, εκ των οποίων τα κυριότερα είναι η ευκολία χρήσης και η διαθεσιμότητα τους 24 ώρες την ημέρα επί 365 μέρες το χρόνο. Οπότε ο καταναλωτής μπορεί να πραγματοποιήσει κάποια συναλλαγή, η οποία μπορεί να εκτελεσθεί μέσω των ATM, ανεξάρτητα από το τόπο και το χρόνο. Δεν χρειάζεται πλέον να περιμένει επί ώρες στα καταστήματα των τραπεζικών για να εξυπηρετηθεί, αφού μπορεί να πραγματοποιήσει τη συναλλαγή που θέλει μέσω των ATM σε ελάχιστο χρόνο (National Consumer Council 1983).

Το δίκτυο των Αυτόματων Ταμειακών Μηχανών (ATM) στην Κύπρο είναι αρκετά μεγάλο, αφού όλες οι τράπεζες έχουν τοποθετήσει έξω σχεδόν από κάθε υποκατάστημά τους τουλάχιστον ένα ATM, ενώ σε περιπτώσεις όπου παρατηρείται μεγάλη χρήση τους έχουν τοποθετηθεί περισσότερα από ένα ATM για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.

5.2 Η ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking)

Οι τράπεζες ήταν εδώ και αρκετά χρόνια από τους πρώτους οργανισμούς που χρησιμοποίησαν τα ηλεκτρονικά κανάλια για την επικοινωνία και τις συναλλαγές εγχώριων και διασυνοριακών πελατών τους. Με την ανάπτυξη του διαδικτύου (internet) και του περιεχομένου του παγκόσμιου ιστού (WWW- World Wide Web) κατά το δεύτερο ήμισυ της δεκαετίας του '90, οι τράπεζες αξιοποίησαν τις δυνατότητες της τεχνολογίας και άρχισαν να προσφέρουν αρκετά από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους μέσω διαδικτύου. Ο τρόπος αυτός παροχής των τραπεζικών υπηρεσιών είναι γνωστός με την ονομασία ηλεκτρονική τραπεζική (electronic banking ή internet banking) (Καρεκλή 2003).

Η υπηρεσία αυτή καλύπτει ένα ολοκληρωμένο φάσμα υπηρεσιών το οποίο και περιλαμβάνει τα ακόλουθα είδη συναλλαγών (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>):

- Πληροφορίες για λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες και επιτόκια της τράπεζας.
- Πληροφορίες για τα υπόλοιπα λογαριασμών και για κίνηση λογαριασμών.

- ❑ Εντολές για έκδοση βιβλιαρίου επιταγών και κατάσταση λογαριασμού.
- ❑ Μεταφορές χρηματικών ποσών σε λογαριασμούς του ιδίου ατόμου σε οποιοδήποτε νόμισμα, με άμεση ή μελλοντική ημερομηνία εκτέλεσης.
- ❑ Μεταφορές χρηματικών ποσών σε λογαριασμούς τρίτων σε οποιαδήποτε τράπεζα στην Κύπρο ή στο εξωτερικό σε οποιοδήποτε νόμισμα, με άμεση ή μελλοντική ημερομηνία εκτέλεσης.
- ❑ Εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής.
- ❑ Εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής λογαριασμών κοινής ωφέλειας (Αρχή Τηλεπικοινωνιών Κύπρου - ΑΤΗΚ, Αρχή Ηλεκτρισμού Κύπρου - ΑΗΚ, Υδατοπρομήθεια).
- ❑ Πληρωμές κάρτων και δανείων.
- ❑ Πληρωμές λογαριασμών τηλεφώνου και ηλεκτρικού ρεύματος.
- ❑ Ακύρωση και επανέκδοση καρτών.
- ❑ Ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών.
- ❑ Αλλαγή ή ακύρωση οδηγίων του καταναλωτή που δεν έχουν ακόμη εκτελεστεί.
- ❑ Αλλαγή του Προσωπικού Μυστικού Αριθμού (PIN).
- ❑ Ενημέρωση για τις ισοτιμίες ξένου συναλλάγματος έναντι της Κυπριακής Λίρας.
- ❑ Επικοινωνία με την τράπεζα μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου.

Οι χρήστες του διαδικτύου που θέλουν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες που προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) μπορούν να επωφελούνται μεταξύ άλλων τα εξής:

- ✓ Ευκολία χρήσης και διαθεσιμότητα των υπηρεσιών 24 ώρες την ημέρα επί 365 μέρες το χρόνο.
- ✓ Μείωση του κόστους των πραγματοποιούμενων συναλλαγών οι οποίες κατά κανόνα προσφέρονται από τις τράπεζες είτε δωρεάν, σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές έναντι των τιμολογίων που έχει η τράπεζα για την πραγματοποίηση των αντίστοιχων συναλλαγών στα γκισέ της τράπεζας.
- ✓ Άμεση και πολλές φορές καλύτερη ποιοτικά πληροφόρηση τόσο στις αναζητούμενες πληροφορίες, όσο και στις πληροφορίες σχετικά με τις συναλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί. Με το internet banking ο πελάτης παρακολουθεί τα υπόλοιπα των λογαριασμών του από το γραφείο ή το σπίτι,

όποτε επιθυμεί και δεν σπαταλά χρόνο περιμένοντας στις ουρές των γκισέ. Συνδέεται από οποιοδήποτε σημείο της Κύπρου ή του εξωτερικού εύκολα και γρήγορα χωρίς να καθυστερήσει. Έχει την πλήρη εικόνα των κινήσεων των λογαριασμών του στην οθόνη του υπολογιστή του αλλά και πολλών άλλων προϊόντων, όπως τα επιχειρηματικά δάνεια οι εταιρικές πιστωτικές κάρτες κλπ. Διαχειρίζεται τους λογαριασμούς του, μεταφέρει χρήματα και πραγματοποιεί πληρωμές όποια ώρα θέλει. Επίσης, πληρώνει συνεργάτες και προμηθευτές, χωρίς χρονοτριβή.

- ✓ Ασφαλής πρόσβαση στις προσφερόμενες τραπεζικές υπηρεσίες από τις εγκαταστάσεις του πελάτη / χρήστη. Όλες οι συναλλαγές γίνονται με ασφάλεια, εμπιστευτικότητα και αξιοπιστία που εγγυάται η τράπεζα, εφόσον τηρούνται πιστά οι οδηγίες για τη χρήση των μυστικών κωδικών πρόσβασης.

Το θέμα της ασφάλειας των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου αποτελεί ένα από τους βασικότερους προβληματισμούς των καταναλωτών και ταυτόχρονα ένα από τους κυριότερους ανατρεπτικούς παράγοντες για μη χρήση της συγκεκριμένη υπηρεσίας από τους καταναλωτές. Για το λόγο αυτό η όλη διαχείριση του θέματος αντιμετωπίζεται από τις τράπεζες με σημαντικές επενδύσεις στις πιο εξελιγμένες τεχνολογίες των ηλεκτρονικών υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών, στενά ελεγχόμενες διαδικασίες τόσο στη διάθεση των κωδικών πρόσβασης στις πληροφορίες, όσο και στην πραγματοποίηση συναλλαγών, υψηλές τεχνικές κρυπτογράφησης των μεταδιδόμενων πληροφοριών, απόλυτα εξειδικευμένο και καλά εκπαιδευμένο προσωπικό και συνεχή ενημέρωση της πελατείας τους.

Η διασφάλιση λοιπόν του απορρήτου των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί πρωταρχικό στόχο για κάθε τράπεζα και οι επενδύσεις στον τομέα αυτό υπήρξαν και συνεχίζουν να είναι πολύ σημαντικές. Το σίγουρο είναι ότι για να επιτευχθεί ο στόχος των τραπεζών και να αντιμετωπιστούν οποιεσδήποτε πιθανές απειλές, η συνεργασία τραπεζών και χρηστών είναι απαραίτητη.

Οι τράπεζες επικεντρώνουν της προσπάθειές τους στη διασφάλιση της συναλλαγής με το τελικό χρήστη, σε όλα τα στάδια που περιλαμβάνονται μέχρι την επιτυχή ολοκλήρωσή της. Απαραίτητη είναι η ταυτοποίηση της ίδιας της τράπεζας, του τελικού χρήστη αλλά και η διασφάλιση του απόρρητου της «συνομιλίας» τους. Επίσης υπάρχουν και κάποιες πρόσθετες δικλίδες ασφαλείας,

που ενισχύουν περαιτέρω τις προσπάθειες των τραπεζών στην αντιμετώπιση εξωτερικών απειλών (Μαυρογιάννης 2003).

Όσον αφορά την ταυτοποίηση της τράπεζας, αυτή επιτυγχάνεται με τον ακόλουθο τρόπο: η τράπεζα επιλέγει ένα αναγνωρισμένο παροχέα (Trusted Third Party), ο οποίος να είναι σε θέση να πιστοποιήσει την ταυτότητά της στο διαδίκτυο. Για τον τελικό χρήστη αυτό μπορεί εύκολα να αναγνωριστεί από την εμφάνιση ενός μικρού εικονιδίου με τη μορφή λουκέτου στο κάτω μέρος των συγκεκριμένων σελίδων, μέσω του οποίου ο χρήστης μπορεί να επιβεβαιώσει ότι βρίσκεται στο σωστό προορισμό (Μαυρογιάννης 2003).

Για την ταυτοποίηση των χρηστών e-banking, οι τράπεζες ακολουθούν μια κοινή πρακτική, χρησιμοποιώντας τον προσωπικό κωδικό χρήστη (username) σε συνδυασμό με ένα επίσης προσωπικό μυστικό κωδικό (password). Ο χρήστης πρέπει να παραλαμβάνει τους δύο προσωπικούς του κωδικούς ξεχωριστά. Κοινή πρακτική αποτελεί επίσης οι προσωπικοί κωδικοί να μπλοκάρονται μετά από τρεις διαδοχικές προσπάθειες εισαγωγής του χρήστη, καθώς οι συνεχείς λανθασμένες προσπάθειες θεωρούνται ύποπτες. Για την περαιτέρω διασφάλιση των χρηστών, ορισμένες τράπεζες έχουν προχωρήσει σε ένα επιπλέον επίπεδο ασφάλειας, με πρόσθετους κωδικούς εξουσιοδότησης συναλλαγής (TAN) και ψηφιακά πιστοποιητικά, τα οποία όμως ακόμη δεν χρησιμοποιούνται από τις κυπριακές τράπεζες (Μαυρογιάννης 2003).

Μία ιδιαιτερότητα υπάρχει από πλευράς της Τράπεζας Κύπρου, η οποία στα πλαίσια της ανάγκης για αυξημένη ασφάλεια, έχει εισαγάγει την συσκευή Digipass, η οποία επιτρέπει στους συνδρομητές να έχουν πρόσβαση στις Υπηρεσίες του Internet Banking χρησιμοποιώντας δυναμικούς Μυστικούς Κωδικούς Αριθμούς (εναλλασσόμενους), αντί για τον παραδοσιακό τρόπο επιβεβαίωσης, ο οποίος στηρίζεται στην χρήση ενός αριθμού Συνδρομητή και ενός σταθερού Μυστικού Κωδικού. Οι συνδρομητές πρέπει απαραίτητα να έχουν την συσκευή Digipass, καθώς επίσης να γνωρίζουν τον Μυστικό Κωδικό Αριθμό τους, προτού το σύστημα δώσει Μυστικό Κωδικό Αριθμό ο οποίος χρησιμοποιείται μία φορά, ούτως ώστε οι συνδρομητές να μπορούν να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική. Η εφαρμογή της τεχνολογίας Digipass δίνει νέα υπόσταση στην εμπιστοσύνη και την ασφάλεια στην ανεπτυγμένη τεχνολογία της Ηλεκτρονικής Τράπεζας, χωρίς την ανάγκη εγκατάστασης νέων προγραμμάτων ή συστημάτων στους Ηλεκτρονικούς Υπολογιστές των συνδρομητών (<http://www.bankofcyprus.com>).

Μια επιπρόσθετη δικλείδα ασφαλείας, με την οποία εξασφαλίζεται το απόρρητο κατά τη μεταφορά των δεδομένων, είναι η κρυπτογράφησή τους. Το πρωτόκολλο επικοινωνίας SSL (Secure Sockets Layer) μαζί με την κρυπτογράφηση στα 128bit εξασφαλίζει την ασφάλεια των συναλλαγών μέσω διαδικτύου. Η κρυπτογράφηση με 128bit σημαίνει ότι υπάρχουν 2^{128} πιθανά κλειδιά που χρησιμοποιούνται για την κρυπτογράφηση των μηνυμάτων από τον Internet Explorer στον server της τράπεζας. Για αυτό το λόγο η κρυπτογράφηση στα 128bit θεωρείται πρακτικά αδύνατο να παραβιαστεί (Μαυρογιάννης 2003). Η υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής παρέχεται από όλες τις κυπριακές τράπεζες, οι οποίες χρησιμοποιούν κρυπτογράφηση δεδομένων στα 128bit, που είναι το μέγιστο και γενικά αποδεκτό επίπεδο ασφαλείας.

Μία άλλη δικλείδα ασφαλείας αποτελεί και το γεγονός ότι σε περίπτωση που για 4 - 10 συνεχή λεπτά, ανάλογα με την τράπεζα, δεν υπάρξει καμία κίνηση ενώ ο καταναλωτής είναι συνδεδεμένος στην Ηλεκτρονική Τράπεζα, το σύστημα αυτόματα θα τον αποσυνδέσει. Για να μπορέσει να συνεχίσει θα πρέπει να καταχωρήσει εκ νέου τους κωδικούς του. Με αυτό τον τρόπο το σύστημα εμποδίζει την αποκάλυψη των στοιχείων του καταναλωτή σε τρίτα άτομα σε περίπτωση που αυτός απομακρυνθεί για λίγο από τον υπολογιστή του (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>).

Οι τράπεζες από μόνες τους δεν μπορούν να πετύχουν απόλυτη ασφάλεια των συναλλαγών. Απαιτείται η προσοχή και η ανάληψη προληπτικών μέτρων από τη μεριά του χρήστη σε συνδυασμό με τις απαραίτητες παροχές από την τράπεζα, για να εξασφαλιστεί η επιτυχία των συναλλαγών. Συγκεκριμένα, ο κάθε χρήστης υπηρεσιών e-banking θα πρέπει να έχει υπόψη του ότι (Μαυρογιάννης 2003):

- ✓ Οι κωδικοί εισόδου στο e-banking είναι αυστηρά προσωπικοί και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει ο κάτοχος τους να τους μοιράζεται με άλλο άτομο.
- ✓ Είναι απαραίτητος ο έλεγχος της διεύθυνσης της ιστοσελίδας, στην οποία θα εισάγει τα στοιχεία του, καθώς μπορεί να αποτελεί αντιγραφή κάποιας τραπεζικής ιστοσελίδας, με σκοπό την παραπλάνηση και απόκτηση προσωπικών του στοιχείων.
- ✓ Είναι απαραίτητη η εγκατάσταση στον υπολογιστή προγράμματος (anti-virus) που να τον προστατεύει από την απειλή ιών, το οποίο θα πρέπει να το εκσυγχρονίζει συνέχεια προκειμένου να τον προστατεύει από τους πιο σύγχρονους ιούς.

- ✓ Είναι απαραίτητο να ελέγχει συχνά τις καταστάσεις των λογαριασμών του και αν υποψιάζεται οποιαδήποτε ενέργεια καταδολίευσης από τους λογαριασμούς του, θα πρέπει να αλλάξει αμέσως PIN και να ειδοποιήσει την υπεύθυνη τραπεζική του μονάδα.
- ✓ Να αποφεύγει να χρησιμοποιεί υπολογιστές δημόσιας χρήσης για την πρόσβαση του στην ηλεκτρονική τράπεζα. Μερικοί από αυτούς του υπολογιστές πιθανόν να καταγράφουν το τι πληκτρολογεί ο χρήστης και έτσι να συλλάβουν τον Αριθμό Συνδρομητή και το PIN του.

Στην Κύπρο το internet banking εισάχθηκε για πρώτη φορά το 1998 από τη Λαϊκή Τράπεζα (<http://www.laiki.com>). Σήμερα όλες οι εμπορικές τράπεζες προσφέρουν την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής στους πελάτες τους, με τη δυνατότητα εκτέλεσης διαφόρων συναλλαγών που αναφέρθηκαν πιο πάνω σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό, αφού δεν φαίνεται να υστερούν σε τίποτα των αντίστοιχων υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες στις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες.

5.3 Η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου (Τηλετράπεζα)

Η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου (Τηλετράπεζα) παρέχει την ευκαιρία στους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν όλες τους τις τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνου. Μπορούν να το κάνουν αυτό είτε με την βοήθεια ενός Λειτουργού εξυπηρέτησης είτε μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης χρησιμοποιώντας το πληκτρολόγιο του τηλεφώνου τους είτε μέσω του κινητού τους τηλεφώνου (mobile banking).

Στην Κύπρο όλες οι εμπορικές τράπεζες προσφέρουν στους καταναλωτές τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω τηλεφώνου, στις οποίες παρατηρείται μια συνεχόμενη αύξηση της χρήσης τους από τους Κύπριους καταναλωτές.

Τα ωφέληματα τα οποία προκύπτουν για τους καταναλωτές από τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, είναι μεταξύ άλλων η ταχύτερη εξυπηρέτηση, η καλύτερη διαχείριση κεφαλαίου, η επίκαιρη πληροφόρηση, η πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών οποιαδήποτε ώρα και οπουδήποτε κι αν είναι ο καταναλωτής, αφού η υπηρεσία αυτή είναι διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα, με εξαίρεση την υπηρεσία των λειτουργών εξυπηρέτησης που λειτουργεί Δευτέρα – Παρασκευή από τις 7.30 το πρωί μέχρι τις 9 το βράδυ, και το

μειωμένο οικονομικό κόστος των πραγματοποιούμενων συναλλαγών οι οποίες κατά κανόνα προσφέρονται από τις τράπεζες είτε δωρεάν είτε σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές έναντι των τιμολογίων που έχει η τράπεζα για την πραγματοποίηση των αντίστοιχων συναλλαγών στα γκισέ της τράπεζας.

5.3.1 Υπηρεσίες μέσω Λειτουργιών Εξυπηρέτησης

Το 1999 η Λαϊκή Τράπεζα δημιούργησε το πρώτο κέντρο τηλεφωνικής εξυπηρέτησης στην Κύπρο, με στόχο την προσφορά ποιοτικής, γρήγορης και ολοκληρωμένης εξυπηρέτησης των πελατών της μέσω τηλεφώνου (Λαϊκή Τράπεζα 2003). Σήμερα η υπηρεσία αυτή προσφέρεται από όλες τις εμπορικές τράπεζες του νησιού.

Οι τραπεζικές υπηρεσίες μέσω των Λειτουργιών Εξυπηρέτησης προσφέρονται τόσο σε συνδρομητές όσο και σε μη συνδρομητές. Για συνδρομητές οι οποίοι δεν καταχωρούν τους κωδικούς πρόσβασης, η δυνατότητα διεκπεραίωσης συναλλαγών περιορίζεται σε γενικές τραπεζικές υπηρεσίες και, όπως και οι μη συνδρομητές, καλούνται να απαντήσουν σε σειρά ερωτήσεων που τις απαντήσεις σ' αυτές γνωρίζουν μόνο οι ίδιοι, για λόγους ασφαλείας.

Οι προσφερόμενες τραπεζικές υπηρεσίες ταξινομούνται στις πιο κάτω κατηγορίες (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>, <http://www.arabbank.com.cy>):

- Γενικές Πληροφορίες
- Πληροφορίες
- Παραγγελίες
- Κάρτες
- Χρηματικές Συναλλαγές (άμεσες ή μελλοντικές)
- Αλλαγή Δεδομένων
- Δήλωση χαμένων / κλεμμένων αντικειμένων
- Συνδρομητικές Υπηρεσίες

Η κατηγορία των Γενικών Πληροφοριών είναι διαθέσιμη σε όλους τους πελάτες της τράπεζας, συνδρομητές και μη, και συγκεκριμένα περιλαμβάνει πληροφορίες για τις τοποθεσίες των καταστημάτων της τράπεζας, για τις τοποθεσίες των ΑΤΜ, για τα προϊόντα της τράπεζας, για τα επιτόκια, για τις τιμές ξένου συναλλάγματος και μετοχών, γενικές ερωτήσεις, πληροφορίες για εκδηλώσεις της

τράπεζας και παράπονα. Η κατηγορία των Πληροφοριών, η οποία είναι διαθέσιμη σε όλους τους πελάτες της τράπεζας, συνδρομητές και μη, περιλαμβάνει πληροφορίες για τα υπόλοιπα λογαριασμών του χρήστη, για τη κατάσταση λογαριασμού, για τη κατάσταση επιταγής, για τραπεζικές εντολές και για αυτόματη πληρωμή οφειλών. Αυτές οι δύο κατηγορίες είναι οι μοναδικές οι οποίες είναι διαθέσιμες σε μη συνδρομητές. Όλες οι υπόλοιπες κατηγορίες τραπεζικών υπηρεσιών που θα παρουσιαστούν πιο κάτω προσφέρονται μόνο σε συνδρομητές.

Η κατηγορία των Παραγγελιών περιλαμβάνει τη παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών, κατάσταση λογαριασμού, πιστοποιητικό υπολοίπων, βιβλιάριο καταθέσεων και εκδόσεις / διαφημιστικά της τράπεζας, ενώ η κατηγορία των Καρτών περιλαμβάνει επερωτήσεις, αλλαγές βασικών δεδομένων του χρήστη, αμφισβητούμενη χρέωση και άλλες ενέργειες, όπως είναι η δήλωση χαμένης / κλεμμένης κάρτας, νέος / επανέκδοση Μυστικού Αριθμού (PIN), επανέκδοση κάρτας, ενεργοποίηση κάρτας, ακύρωση ανεπιθύμητης κάρτας κλπ. Η κατηγορία των Χρηματικών Συναλλαγών (άμεσες ή μελλοντικές), περιλαμβάνει μεταφορά σε λογαριασμούς του ίδιου του πελάτη ή τρίτου σε οποιαδήποτε τράπεζα της Κύπρου ή του εξωτερικού, πληρωμές καρτών, δανείου, συμβολαίου χρηματοδοτήσεως, φάκτορς, ασφαλειών, οφειλών (ΑΗΚ, ΑΤΗΚ κλπ), δωρεές και ακυρώσεις μελλοντικών πληρωμών.

Η κατηγορία της Αλλαγής Δεδομένων αφορά την αυτόματη πληρωμή οφειλών, τις τραπεζικές εντολές, τη διεύθυνση και τα τηλέφωνα, τα προσωπικά δεδομένα των πελατών και την ενεργοποίηση κάρτας ή βιβλιαρίου επιταγών. Η κατηγορία Δήλωση χαμένων ή κλεμμένων αντικειμένων αφορά εντολή μη πληρωμής επιταγής, ακύρωση εντολής μη πληρωμής επιταγής και κλειδιά θυρίδων ασφαλείας. Τέλος, η κατηγορία Συνδρομητικές Υπηρεσίες περιλαμβάνει επερωτήσεις, έκδοση PIN, αλλαγές στη συνδρομή, επανέκδοση Κάρτας Ηλεκτρονικής Εξυπηρέτησης, νέο συνδρομητή και ενεργοποίηση συνδρομητή.

5.3.2 Υπηρεσίες μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης

Το Αυτοματοποιημένο Σύστημα Εξυπηρέτησης προσφέρει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να διεκπεραιώνουν άμεσα και γρήγορα όλες τις τραπεζικές τους εργασίες. Το σύστημα είναι διαθέσιμο 24 ώρες το 24ωρο και 365 μέρες το χρόνο. Λειτουργεί με τη χρήση τηλεφώνου με πληκτρολόγιο (touch tone). Μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης οι καταναλωτές μπορούν να

ελέγχουν τα χρήματά τους με το πάτημα ενός κουμπιού και να το χρησιμοποιούν όποτε τους βολεύει. Ακόμη, όταν ο χρήστης συνηθίσει τη χρήση του συστήματος, μπορεί να πληκτρολογήσει τα στοιχεία χωρίς να περιμένει να τελειώσει το ηχογραφημένο μήνυμα. Αυτό είναι εφικτό για να μπορέσουν να χρησιμοποιήσουν την υπηρεσία γρήγορά και αποτελεσματικά.

Οι τραπεζικές υπηρεσίες που προσφέρονται καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών όπως (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>):

- Υπόλοιπα Λογαριασμών
- Μεταφορές χρημάτων και πληρωμές
- Πληροφορίες αναφορικά με επιταγές
- Πληροφορίες αναφορικά με τις 10 τελευταίες συναλλαγές
- Υπηρεσίες φαξ
- Παραγγελίες βιβλιαρίων επιταγών και καταστάσεων λογαριασμών
- Κάρτες και βιβλιάρια επιταγών.

Στην συνέχεια παρουσιάζεται ένα σχεδιάγραμμα για επεξήγηση των τραπεζικών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω του Αυτοματοποιημένου Συστήματος Εξυπηρέτησης (<http://www.laiki.com>).

0 - Λειτουργός Τηλεξυπηρέτησης

1 - Συνδρομητικές υπηρεσίες

1 - Υπόλοιπο λογαριασμού

- 1 - Τρεχούμενος λογαριασμός
- 2 - Πιστωτική κάρτα
- 3 - Λογαριασμός αποταμίευσης
- 4 - Λογαριασμός Trading ή Investor
- 5 - Λογαριασμός δανείου
- 6 - Όλοι οι διαθέσιμοι λογαριασμοί

2 - Μεταφορές χρημάτων & πληρωμές

- 1 - Μεταφορές σε λογαριασμούς ιδίου προσώπου
- 2 - Πληρωμή πιστωτικής κάρτας
- 3 - Πληρωμή δανείου
- 4 - Μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς τρίτων (μέσω λειτουργού)
- 5 - Άλλες πληρωμές (μέσω λειτουργού)

3 - Επερώτηση αναφορικά με επιταγές

- 1 - Όλες οι επιταγές
- 2 - Επιταγές που δεν έχουν εκκαθαριστεί

4 - Δέκα τελευταίες συναλλαγές

5 - Υπηρεσίες φάξ

1 - Κατάσταση λογαριασμού

- 1 - Ιδίου μήνα
- 2 - Προηγούμενου μήνα
- 3 - Άλλης περιόδου
- 2 - Υπόλοιπα όλων των λογαριασμών
- 3 - Μη ξεκαθαρισμένες επιταγές
- 4 - Χαρτοφυλάκιο
- 5 - Τιμές ξένων νομισμάτων
- 6 - Τιμές μετοχών

6 - Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών ή κατάστασης λογαριασμού

- 1 - Βιβλιάριο επιταγών
- 2 - Κατάσταση λογαριασμού

7 - Υπηρεσίες eTrading

8 - Κάρτες και βιβλιάρια επιταγών

- 1 - Ενεργοποίηση κάρτας
- 2 - Ενεργοποίηση βιβλιαρίου επιταγών
- 3 - Ακύρωση κάρτας
- 4 - Εντολή μη πληρωμής επιταγής
- 5 - Εντολή μη πληρωμής βιβλιαρίου επιταγών

9 - Λειτουργός Πωλήσεων

5.3.3 Υπηρεσίες μέσω Κινητού Τηλεφώνου (WAP)

Οι καταναλωτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν το WAP κινητό τους τηλέφωνο για να εκτελέσουν τις τραπεζικές και τις χρηματιστηριακές τους συναλλαγές εύκολα και με πλήρη ασφάλεια, καθώς επίσης και να πάρουν πληροφορίες για τους λογαριασμούς σας μέσω αυτού χρησιμοποιώντας την τεχνολογία.

Το WAP (Wireless Application Protocol) είναι ένα πρωτόκολλο το οποίο επιτρέπει την πρόσβαση στο Διαδίκτυο, μέσω κινητού τηλεφώνου, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό αφού μέχρι τώρα η σύνδεση στο Διαδίκτυο ήταν εφικτή μόνο μέσω Ηλεκτρονικών Υπολογιστών. Οι πληροφορίες και οι υπηρεσίες που παρέχονται είναι προσαρμοσμένες για κινητές συσκευές όπως τηλέφωνα, προσωπικού ψηφιακούς βοηθούς (personal digital assistants – PDAs) κλπ (<http://www.laiki.com>, wap.bankofcyprus.com).

Το περιεχόμενο που παρουσιάζεται στις οθόνες των κινητών συσκευών μέσω WAP είναι, προς το παρόν, σε μορφή κειμένου. Σήμερα υπάρχουν αρκετές χρήσεις του WAP και είναι πλέον σίγουρο ότι η επανάσταση στον τρόπο που επικοινωνούμε έχει ήδη αρχίσει. Οι συνεχείς βελτιώσεις που γίνονται στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας και στις τεχνολογίες οθονών και μπαταριών, θα ενδυναμώσουν τη χρήση του WAP και δεν είναι μακριά ο καιρός που θα έχουμε πλούσιο περιεχόμενο πολυμέσων στις κινητές μας συσκευές (<http://www.laiki.com>, wap.bankofcyprus.com).

Σήμερα, οι λειτουργίες που προσφέρονται μέσω του κινητού τηλεφώνου είναι (<http://www.bankofcyprus.com>, <http://www.laiki.com>, <http://www.hellenicbank.com>):

A. Τραπεζικές Συναλλαγές

- Υπόλοιπα Λογαριασμών
- Μεταφορές χρημάτων σε λογαριασμούς ιδίου ή τρίτων ατόμων
- Πληρωμές καρτών
- Τελευταίες δέκα συναλλαγές (mini statement)
- Πληροφορίες για πληρωμές επιταγών

B. Χρηματιστηριακές Συναλλαγές

- Εντολές για αγοραπωλησίες μετοχών
- Κατάσταση εντολών (order status)
- Πληροφορίες προσωπικού χαρτοφυλακίου μετοχών

Γ. Πληροφορίες

- Ζωντανή πληροφόρηση για τις τιμές των μετοχών
- Τιμές του ξένου συναλλάγματος
- Τοποθεσίες των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) της τράπεζας

Όλες οι πιο πάνω λειτουργίες προσφέρονται σε Συνδρομητές. Πελάτες της τράπεζας οι οποίοι δεν είναι Συνδρομητές μπορούν να έχουν πρόσβαση όσον αφορά μόνο την κατηγορία των πληροφοριών.

Προκειμένου να μπορέσει ο καταναλωτής να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία αυτή θα πρέπει να έχει (<http://www.laiki.com>, wap.bankofcyprus.com):

- ✓ Κινητό τηλέφωνο τύπου WAP που να είναι ενωμένο στο ψηφιακό δίκτυο CytaGSM και στην υπηρεσία δεδομένων της Αρχής Τηλεπικοινωνιών Κύπρου (ATHK).
- ✓ Συνδρομή σε εταιρεία παροχής υπηρεσιών WAP, η οποία θα τον προμηθεύσει με τις απαραίτητες ρυθμίσεις για το κινητό του.
- ✓ Αριθμό Συνδρομητή και Προσωπικό Μυστικό Αριθμό, τους οποίους του τους χορηγεί η τράπεζά του.

5.4 Εκτιμήσεις και Προτάσεις για το μέλλον

Διανύοντας ήδη τον 21^ο αιώνα, μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι οι τράπεζες βρίσκονται σε μία βάση μετασχηματισμού και επαναπροσδιορισμού του μοντέλου λειτουργίας τους. Βασικά χαρακτηριστικά του νέου μοντέλου είναι η τμηματοποίηση της αγοράς που απευθύνεται η τράπεζα και η προσφορά ολοκληρωμένων λύσεων για κάθε τμήμα της αγοράς, η σταδιακή μετατροπή του τραπεζικού καταστήματος από κέντρο συναλλαγών σε συμβουλευτικό κέντρο, η ενθάρρυνση των πελατών στη χρήση του φθηνότερου καναλιού για τις συναλλαγές τους και η αύξηση της κερδοφορίας με ταυτόχρονη μείωση των λειτουργικών δαπανών.

Η ποιότητα στην εξυπηρέτηση και ο προσδιορισμός του κατάλληλου καναλιού εξυπηρέτησης για τον κατάλληλο πελάτη θα έχουν καθοριστικό ρόλο. Οι τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή που αναλύθηκαν πιο πάνω, αποτελούν αυτό που όλοι αποκαλούν e-banking. Το e-banking αποτελεί σήμερα ένα δεδομένο δίκτυο διανομής και εξυπηρέτησης για όλες τις τράπεζες. Το e-banking θα συμβάλει και θα βοηθήσει στην επιτάχυνση αυτού του μετασχηματισμού. Οι βασικοί λόγοι είναι η ευκολία στην πρόσβαση και τη χρήση του, καθώς και το μειωμένο κόστος ανά συναλλαγή. Έρευνες έχουν δείξει ότι το κόστος διεκπεραίωσης των συναλλαγών μπορεί να μειωθεί αισθητά από 1-25% με εφαρμογή internet banking και 40-71% με

telephone banking. Επίσης, μία συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω των ATM κοστίζει λιγότερο από το 1/10 του ποσού που ξοδεύει η τράπεζα όταν η ίδια συναλλαγή εκτελείται μέσω του ταμείου του υποκαταστήματός της (European Central Bank 1999).

Μπορούν να προσδιοριστούν τρεις βασικές περίοδοι με επιμέρους χαρακτηριστικά ή ενέργειες για την κάθε μία, για την εξέλιξη του e-banking:

1. Μεγαλύτερη μετακίνηση των συναλλαγών «ρουτίνας» προς το e-banking

Ο στόχος εδώ είναι να αυξηθεί η διείσδυση του δικτύου αυτού στους πελάτες, ώστε να αποκτήσει κυριολεκτικά κρίσιμη μάζα φθάνοντας τουλάχιστον στο 35% των πελατών της τράπεζας, διεκπεραιώνοντας το 40% των συναλλαγών. Τα χαρακτηριστικά αυτής της περιόδου είναι:

- ❖ Εντατική εκπαίδευση του προσωπικού «πρώτης γραμμής», ώστε να μπορεί το προσωπικό αυτό να προωθεί το e-banking στους κατάλληλους πελάτες.
- ❖ Δεν αναμένεται η προσθήκη πολλών συναλλαγών, άλλωστε υπάρχουν πάρα πολλές, στο e-banking, αλλά η συνεχής προσπάθεια για αύξηση της χρήσης τους.
- ❖ Ανασχεδιασμός της χρηστικότητας και της λειτουργικότητας των e-banking sites.

2. Συμβολή στο μετασχηματισμό των καταστημάτων. «Το κατάλληλο κανάλι για τον κατάλληλο πελάτη»

Ένα σημείο αναφοράς για τις τράπεζες θα είναι όταν οι on-line συναλλαγές ξεπεράσουν τις συναλλαγές στα καταστήματα. Αυτό, εκτός ότι θα έχει θετικό αντίκτυπο στην κερδοφορία τους, θα επιταχύνει και τη διαμόρφωση των τριών τύπων καταστημάτων: Τα συμβουλευτικά κέντρα με 80% συμβουλευτική πώληση και 20% συναλλαγές, τα καταστήματα εξυπηρέτησης με 50% συμβουλευτική πώληση και 50% συναλλαγές και τα αυτόματα κέντρα εξυπηρέτησης με 5% συμβουλευτική πώληση και 95% συναλλαγές. Το αποτέλεσμα θα είναι η καλύτερη εξυπηρέτηση και η ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες με ακόμη μικρότερο κόστος.

3. Η ενσωμάτωση της «ανθρώπινης αίσθησης» στην ηλεκτρονική εξυπηρέτηση

Μετά από την ολοκλήρωση των προηγούμενων περιόδων η τράπεζα θα πετύχει τη σημαντική μείωση του κόστους των συναλλαγών καθώς και την ενίσχυση των σχέσεων με τους πελάτες της. Η στρατηγική της θα στραφεί στο να προσδώσει στο e-banking όλα εκείνα τα γνωρίσματα που αποτελούν σημαντικά χαρακτηριστικά της ανθρώπινης εξυπηρέτησης. Τα κυριότερα θα είναι:

- ❖ Προσωποποιημένες συμβουλευτικές και ευέλικτες υπηρεσίες. Κάθε επίσκεψη στο e-banking της τράπεζας θα αποτελεί μια καλή ευκαιρία για συμβουλευτική προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών για το συγκεκριμένο πελάτη.
- ❖ Ο πελάτης θα έχει τον πρώτο ρόλο. Θα ενισχυθεί σημαντικά η διαδραστικότητα μεταξύ πελάτη και τράπεζας, έτσι ώστε ο πελάτης να μπορεί να σχεδιάζει και να προβάλλει τις on-line ανάγκες του και στη συνέχεια η τράπεζα να του υποβάλλει, επίσης on-line, την κατάλληλη προσφορά.

Συμπερασματικά, μπορούμε λοιπόν να πούμε ότι είναι μάλλον βέβαιο ότι η γενική αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι θέμα χρόνου, καθώς οι πελάτες των τραπεζών συνηθίζουν όλο και περισσότερο τη χρήση των εναλλακτικών καναλιών εξυπηρέτησής τους από τις τράπεζες, αντιλαμβάνονται τα οφέλη από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχουν οι τράπεζες, όπως έχουν ήδη αναλυθεί πιο πάνω, και η εξέλιξη της τεχνολογίας αμβλύνει τις ανησυχίες τους σχετικά με θέματα ασφάλειας παροχής των υπηρεσιών. Οι τράπεζες αντιλαμβανόμενες το γεγονός αυτό, επενδύουν όλο και πιο πολύ στους νέους αυτούς τρόπους προσέγγισης του καταναλωτή και αναμένουν σύντομα ακόμη πιο θετικά αποτελέσματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

ΕΜΠΕΙΡΙΚΕΣ ΜΕΛΕΤΕΣ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΧΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Στις μέρες μας πολλοί είναι αυτοί που υποστηρίζουν ότι η τράπεζα του 21^{ου} αιώνα θα πρέπει να βρίσκεται εκεί που βρίσκεται και ο πελάτης. Εκεί που ζει, εκεί που εργάζεται, εκεί που αξιοποιεί τον ελεύθερό του χρόνο και οποιαδήποτε ώρα ο πελάτης τη χρειάζεται. Ο ιδανικότερος ίσως τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking). Δηλαδή μέσω των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), των τραπεζικών υπηρεσιών του διαδικτύου και μέσω του τηλεφώνου (σταθερού και κινητού), τα οποία έχουν παρουσιαστεί πιο πάνω.

Δεν θα ήταν υπερβολή να σημειωθεί ότι οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτελούν σήμερα ένα βασικό και σημαντικό κανάλι εξυπηρέτησης των πελατών, η ύπαρξη του οποίου θεωρείται δεδομένη τόσο από τις τράπεζες όσο και από τους πελάτες. Η χρήση των υπηρεσιών αυτών από τους καταναλωτές ολοένα και αυξάνεται, με αποτέλεσμα πολλοί να είναι οι μελετητές σε διάφορες χώρες που να ασχολήθηκαν με το ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές για την υιοθέτηση ή όχι των υπηρεσιών αυτών. Ιδιαίτερα την τελευταία δεκαετία οι προσδιοριστικοί παράγοντες χρήσης των νέων αυτών τραπεζικών υπηρεσιών έχουν αποτελέσει αντικείμενο εμπειρικής μελέτης από πολλούς ερευνητές.

Το 1996 ο Pepermans με τους συνεργάτες του σε μία έρευνά του που πραγματοποιήθηκε την άνοιξη του 1995 στο Βέλγιο, θέλησε να ερευνήσει ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης των ATM. Υπέθεσε ότι η συχνότητα χρήσης των ATM επηρεάζεται από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, και συγκεκριμένα από το εισόδημα (INCOME), το μορφωτικό επίπεδο (EDUC) και το βαθμό αστικοποίησης (URBAN), από τη στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών απέναντι σ' αυτά όσον αφορά την αποδοτικότητα (EFFICIENCY) και τη χρησιμότητα (USEFUL) τους, από τη στάση των χρηστών απέναντι σε μία καινοτομία, δηλαδή αν συμερίζονται την άποψη ότι «Κάτι καινούριο είναι περιττό» (NEWWASTE), από τα μειονεκτήματα των ATM, που αφορούν λάθη (MACHFAIL)

και αδυναμίες των μηχανημάτων (MASHSHORT), από τα προβλήματα ανθρώπου και μηχανής, δηλαδή το γεγονός ότι δεν είναι πρακτικά (NONPRAC) και τα προβλήματα όρασης (VISIPROB) που προκύπτουν κατά τη χρήση καθώς και από τους λόγους για τους οποίους ο καταναλωτής επιλέγει τη τράπεζα για να πραγματοποιήσει τις τραπεζικές του συναλλαγές, οι οποίοι πιο συγκεκριμένα είναι οικονομικοί (FINSERV).

Αυτό το οποίο τελικά διαπίστωσε ο Pepermans με τους συνεργάτες του, είναι ότι η στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σ'αυτά, δηλαδή τα θέματα αποδοτικότητας και χρησιμότητας που τα ATM τους προσφέρουν, έχει μεγάλη επίδραση στη συχνότητα χρήσης τους. Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα οποία εξετάστηκαν στη συγκεκριμένη έρευνα, διαπιστώθηκε ότι το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο έχουν μία έμμεση σχέση με τη συχνότητα χρήσης των ATM, ενώ ο βαθμός αστικοποίησης έχει άμεση. Συγκεκριμένα διαπιστώθηκε ότι όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών τόσο πιο μεγάλα είναι τα ποσοστά συμμετοχής στη χρήση των ATM, καθώς και ότι τα άτομα που ζουν στην πόλη χρησιμοποιούν συχνότερα τα ATM, κάτι το οποίο μπορεί καλά να εξηγηθεί μέσω της μεγαλύτερης πρόσβασής τους σε αυτά. Επίσης, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η στάση «Κάτι καινούριο είναι περιττό» δεν έχει ιδιαίτερη σχέση με την συχνότητα που ένα άτομο χρησιμοποιεί τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών του συναλλαγών, και κυρίως τα άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο είναι αυτά που έχουν αυτή την γνώμη, ενώ όσο αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων τόσο πιο πολύ μειώνεται η αντίληψη αυτή. Επομένως, συμπέρανε ότι τα υψηλού μορφωτικού επιπέδου άτομα φαίνεται να έχουν σε πολύ μικρότερο βαθμό αρνητική στάση απέναντι σε καινοτομίες, όπως είναι τα ATM σε σχέση με άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Τα μειονεκτήματα των ATM, δηλαδή τα λάθη και οι αδυναμίες τους, καθώς και τα προβλήματα ανθρώπου – μηχανής που προκύπτουν κατά τη χρήση τους, όπως είναι η μη πρακτικότητα τους και τα προβλήματα όρασης, ελκύουν την προσοχή των ανθρώπων και επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης των ATM με αρνητικό όμως τρόπο. Τέλος, το γεγονός ότι τα άτομα που συμμετείχαν στη συγκεκριμένη έρευνα επιλέγουν τη τράπεζα που θα χρησιμοποιήσουν επηρεαζόμενοι σε πολύ μικρό βαθμό από τα οικονομικά κριτήρια, λαμβάνοντας υπόψη και τον αρνητικό συσχετισμό με το εισόδημα, υποστηρίζει την

ιδέα μιας εναλλακτικής οικονομικής συμπεριφοράς σε αυτήν την ομάδα υψηλού εισοδήματος.

Άλλη μία έρευνα πραγματοποιήθηκε το 1997 από τη Kimberly και τους συνεργάτες της η οποία αφορούσε τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM). Η συγκεκριμένη έρευνα έγινε το 1995 στις ΗΠΑ και οι μεταβλητές οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν ήταν το χρώμα των γραμμάτων (κόκκινο, πράσινο, άσπρο) και βαθμός λεπτομέρειας των οδηγιών στις οθόνες των ATM (μικρός, μεγάλος και επιλογή βοήθειας) καθώς και το φύλο και η ηλικία των ερωτηθέντων (νεότεροι και ηλικιωμένοι ενήλικες).

Τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξαν, είναι ότι δεν υπάρχει σημαντική επίδραση των παραγόντων φύλο και ηλικία με το χρώμα των γραμμάτων στις οθόνες των ATM. Αντιθέτως, διαπιστώθηκε ότι υπάρχει σημαντική αλληλεπίδραση μεταξύ του φύλου του πελάτη με το βαθμό λεπτομέρειας των οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες των ATM, μεταξύ ηλικίας και βαθμού λεπτομέρειας των οδηγιών καθώς και μεταξύ των τριών αυτών μεταβλητών (φύλο – ηλικία - βαθμός λεπτομέρειας). Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνδρες διαπιστώθηκε ότι προτιμούν να υπάρχει μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των ATM, ενώ οι πιο νέοι σε ηλικία άνδρες προτιμούν μικρό βαθμό λεπτομέρειας. Όσον αφορά τις γυναίκες, τόσο οι πιο νέες όσο και αυτές με μεγαλύτερη ηλικία, προτιμούν το μικρό βαθμό λεπτομέρειας οδηγιών στις οθόνες των ATM. Επομένως, κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες των ATM αποτελεί ένα από τους λόγους που οι καταναλωτές επιλέγουν να τα χρησιμοποιούν για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Στην ερώτηση κατά πόσο προτιμούν την επιλογή βοήθειας, πιο λεπτομερείς οδηγίες ή το παρόν επίπεδο λεπτομερών οδηγιών, το 52,5% απάντησε ότι προτιμά να έχει στη διάθεσή του την εναλλακτική επιλογή της βοήθειας, το 37,5% δήλωσε ότι είναι ικανοποιημένο με την παρούσα κατάσταση των ATM ενώ μόλις το 10% δήλωσε ότι προτιμά αναλυτικότερες οδηγίες. Επίσης, την επιλογή βοήθειας που υπάρχει στις οθόνες των ATM έδειξαν να την προτιμούν οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνδρες και όχι οι μικρότεροι. Τέλος, τα άτομα τα οποία δήλωσαν ότι δεν χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, ανέφεραν ότι αυτό γίνεται λόγω των αμφιβολιών που έχουν για θέματα ασφάλειας των συναλλαγών τους και για πιθανά λάθη των ATM. Το θετικό όμως είναι το γεγονός ότι στην ερώτηση αν σκοπεύουν στο μέλλον να χρησιμοποιήσουν τα ATM για τις τραπεζικές τους

συναλλαγές, πέντε στα έξι άτομα απάντησαν καταφατικά, παρόλο που υπάρχουν ακόμη οι ανησυχίες τους για θέματα ασφάλειας.

Προκειμένου να περιγράψει την υπάρχουσα κατάσταση στην Αυστραλία όσον αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική και να σχολιάσει την έκθεση Wallis, η Sathey (1997) χρησιμοποιώντας στοιχεία του 1996 διαπίστωσε ότι ίσως λόγω της περιπλοκότητας που σχετίζεται με την ασφάλεια και την αξιοπιστία, όπως επίσης και την έλλειψη γνώσης για το διαδίκτυο στην Αυστραλία, οι τράπεζες στην Αυστραλία κινούνται αργά και με προσοχή στις τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου. Από τις 52 τράπεζες που υπάρχουν στην Αυστραλία, μόνο οι δύο προσφέρουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω διαδικτύου στους καταναλωτές, ενώ αναμένεται σύντομα άλλες δύο τράπεζες να εισάγουν την υπηρεσία αυτή. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι η μεγαλύτερη και πιο επικερδής τράπεζα της Αυστραλίας, δε διαθέτει την τραπεζική υπηρεσία μέσω διαδικτύου στους καταναλωτές. Αυτό το οποίο τόνισε είναι ότι η εκπαίδευση των καταναλωτών είναι ιδιαίτερα σημαντική, αφού μόλις πειστούν οι πελάτες για τα πλεονεκτήματα των τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου, θα αρχίσουν να ασκούν πίεση στις τράπεζες τους για να προχωρήσουν γρήγορα με τις τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου, και έτσι θα αναπτυχθεί πιο γρήγορα το internet banking στην Αυστραλία. Γενικά όμως τα επίπεδα του internet banking στην Αυστραλία είναι πολύ χαμηλά σε σύγκριση με τη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη.

Σε μία προσπάθειά τους να ερευνήσουν τους παράγοντες που επηρεάζουν την «εικόνα» (interface) του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος, οι Kim and Moon (1998) πραγματοποίησαν τη δική τους έρευνα στην Κορέα. Χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα τον Μάιο του 1997, ερεύνησαν αν οι οπτικοί παράγοντες (virtual design) και οι συναισθηματικοί παράγοντες (εμπιστοσύνη) επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών για χρήση ή όχι του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος. Μέσα από τέσσερις εμπειρικές μελέτες που πραγματοποίησαν, προσπάθησαν να διαπιστώσουν την επίδραση των οπτικών παραγόντων στο αίσθημα της εμπιστοσύνης, από μέρους των καταναλωτών, λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική επίδραση του παράγοντα εμπιστοσύνη στην απόφαση των καταναλωτών για χρήση ή όχι των ηλεκτρονικών συστημάτων.

Τα αποτελέσματα στα οποία κατέληξαν είναι ότι οι συναισθηματικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον πελάτη απέναντι στην εικόνα του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος είναι αυτοί που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη. Δηλαδή

κατά πόσο θεωρεί αξιόπιστο ή όχι το τραπεζικό σύστημα ο καταναλωτής, ο οποίος αναλόγως θα το χρησιμοποιήσει. Όσον αφορά την συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ οπτικών και συναισθηματικών παραγόντων, αυτή είναι μεγάλη αφού οι οπτικοί παράγοντες, όπως ο τίτλος, το χρώμα, η εικόνα και ο κατάλογος (menu) του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος επηρεάζουν σημαντικά τα συναισθήματα των πελατών που σχετίζονται με τη συμμετρία, την εμπιστοσύνη, την ακαταλληλότητα και την κομψότητα. Τέλος, τα αποτελέσματα των τεσσάρων αυτών μελετών, έδειξαν ότι οι τράπεζες αν χειριστούν σωστά τους οπτικούς παράγοντες του ηλεκτρονικού τραπεζικού τους συστήματος, είναι πιθανόν να πετύχουν τελικά να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών απέναντι στις νέες αυτές υπηρεσίες.

Η ολοένα και αυξανόμενη χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών από τις καταναλωτές τα τελευταία χρόνια αποτέλεσε το κίνητρο για την έρευνα του Ramaswami και των συνεργατών του (1998), οι οποίοι χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα πραγματοποίησαν την έρευνα αυτή το 1996 στις ΗΠΑ. Υπέθεσαν ότι η χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών επηρεάζεται από την παρουσία μιας ανάγκης – ευκαιρία, από το κίνητρο για ανταπόκριση στην ανάγκη και από τη δυνατότητα να χρησιμοποιηθούν τα ηλεκτρονικά κανάλια. Τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξαν, είναι ότι οι τράπεζες θα πρέπει να δίδουν μεγαλύτερη σημασία στους καταναλωτές που έχουν την ευκαιρία, τη δυνατότητα και το κίνητρο για να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές συναλλαγές και λιγότεροι στους δημογραφικούς παράγοντες.

Όσον αφορά την αυξανόμενη ευκαιρία, διαπιστώθηκε ότι οι άνθρωποι που δεν έχουν τα εργαλεία, όπως είναι ένας υπολογιστής, δεν μπορούν να έχουν την ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά κανάλια. Ομοίως, οι άνθρωποι που δεν έχουν την οικονομική ικανότητα να αγοράσουν τα οικονομικά προϊόντα μπορούν να έχουν χαμηλότερη ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν τέτοια κανάλια από εκείνους που έχουν το διαθέσιμο εισόδημα και τον πλούτο για λόγους επένδυσης. Σχετικά με την αυξανόμενη δυνατότητα, παρατηρήθηκε ότι η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στη δυνατότητά τους, δηλαδή αν έχουν επαρκής ή όχι γνώσεις για να εκτελέσουν συναλλαγές στο ηλεκτρονικό κανάλι, επηρεάζει σημαντικά τη δυνατότητά τους να διενεργήσουν ηλεκτρονικές οικονομικές πράξεις, ενώ σχετικά με το αυξανόμενο κίνητρο, κατέληξαν ότι η ανάγκη για την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους οικονομικούς παράγοντες μειώνει σημαντικά την πιθανότητα για να διενεργήσουν οι

πελάτες ηλεκτρονικές συναλλαγές. Σημαντικό είναι επίσης το αποτέλεσμα ότι οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά κανάλια για να παίρνουν οικονομικές πληροφορίες, είναι πιο πιθανόν να χρησιμοποιήσουν τα κανάλια αυτά για να πραγματοποιήσουν και τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Αντιθέτως, όσοι ενημερώνονται με τον παραδοσιακό τρόπο, είναι πιο λίγες οι πιθανότητες να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά κανάλια.

Η Daniel (1999) θέλοντας να ερευνήσει την παροχή online banking από τις τράπεζες όμως αυτή τη φορά, πραγματοποίησε έρευνα στο Ηνωμένο Βασίλειο και την Ιρλανδία χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα για τη χρονική περίοδο του Ιουλίου μέχρι τον Οκτώβριο του 1997. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεώρησε τους οργανωτικούς λόγους, δηλαδή τη φιλοσοφία της καινοτομίας, το μερίδιο της τράπεζας στην αγορά – δύναμη, τους περιορισμούς και τα εμπόδια με τα οποία θα έρθει αντιμέτωπη, καθώς και τους λόγους αγοράς, δηλαδή την πρόβλεψη της αποδοχής της υπηρεσίας από τους πελάτες και τη διορατικότητα της μελλοντικής κατάστασης.

Όσον αφορά την παροχή online banking, από τις τράπεζες που συμμετείχαν στην έρευνα αυτή, το 25% διέθετε πλήρη λειτουργικά συστήματα, το 13% παρείχαν τη συγκεκριμένη υπηρεσία αλλά σε δοκιμαστική βάση, το 37% των τραπεζών είχε ένα σύστημα υπό ανάπτυξη ή μελέτη και το 25% δεν παρείχαν καθόλου online banking. Σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τις τράπεζες προκειμένου να παρέχουν ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες στους πελάτες τους, οι πιο σημαντικοί είναι η διορατικότητα για την μελλοντική κατάσταση, η πρόβλεψή τους για αποδοχή των συγκεκριμένων υπηρεσιών από τους πελάτες, η οποία τείνει να είναι πολύ χαμηλή, και η επιχειρησιακή φιλοσοφία τους για την καινοτομία. Η τρέχουσα χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών αναμένεται να είναι από μια μικρή μειονότητα των πελατών, με το 62% των τραπεζών που συμμετείχαν στην έρευνα, να υπολογίζουν ότι λιγότερο από το 5% των πελατών τους θα χρησιμοποιούσε αυτές τις υπηρεσίες εάν τους τις προσέφεραν σήμερα.

Το 1999 η Sathey παρουσίασε άλλη μία έρευνά της η οποία αφορούσε και πάλι την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking). Η συγκεκριμένη έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε και αυτή τη φορά στην Αυστραλία κατά το 1998, ερευνούσε τους λόγους υιοθέτησης του internet banking από τους καταναλωτές. Πιο συγκεκριμένα, θεώρησε ως ανεξάρτητες μεταβλητές τις ανησυχίες ασφαλείας των καταναλωτών, την

ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, την ελλιπή ενημέρωση για την υπηρεσία και τα οφέλη της, την παράλογη τιμολόγηση, την απροθυμία των καταναλωτών για αλλαγή, τη διαθεσιμότητα υποδομής, δηλαδή αν υπάρχει ή όχι πρόσβαση σε Η/Υ και στο Διαδίκτυο και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τα οποία είναι η ηλικία, το επάγγελμα, το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο.

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας έδειξαν ότι δεν υπάρχει καμία συσχέτιση μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών και της πρόθεσής τους για υιοθέτηση του internet banking, ενώ οι υπόλοιπες μεταβλητές επηρεάζουν σημαντικά την απόφαση των καταναλωτών για υιοθέτηση ή όχι του internet banking. Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν υιοθετούν την ηλεκτρονική τραπεζική είναι γιατί ανησυχούν για την ασφάλεια και προστασία των συναλλαγών μέσω διαδικτύου (78%) και η ελλιπής ενημέρωση που έχουν για τη συγκεκριμένη υπηρεσία και τα οφέλη της (73%). Ο παράγοντας με τη λιγότερη σημασία για τη μη υιοθέτηση του internet banking για τους καταναλωτές είναι η μη πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή ή διαδίκτυο (37%).

Ο Balachandher με τους συνεργάτες του το 2000 πραγματοποίησε μία μελέτη αντικείμενο της οποίας ήταν η ηλεκτρονική τραπεζική. Η μελέτη αυτή πραγματοποιήθηκε το 1999 στη Μαλαισία και στόχο είχε την περιγραφή των εξελίξεων της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη Μαλαισία, την ανάλυση των διαφόρων ηλεκτρονικών καναλιών που χρησιμοποιούν οι εγχώριες τράπεζες και την καταγραφή των αντιδράσεων των καταναλωτών απέναντι σ' αυτά.

Η συγκεκριμένη έρευνα έδειξε ότι οι καταναλωτές στη Μαλαισία το βρίσκουν ακόμα χρήσιμο να επισκεφτούν τα καταστήματα τραπεζών τους τακτικά κάθε μήνα για να εκτελέσουν μερικές τραπεζικές συναλλαγές, όπως είναι οι επιστροφές υποθηκών και δανείου. Εντούτοις, αυτοί οι πελάτες χρησιμοποιούν συχνά τα ATM για άλλες συναλλαγές όπως είναι οι αναλήψεις μετρητών και η μεταφορά χρημάτων. Μεταξύ των ATM, του PC banking και του telebanking, τα ATM είναι η ευρύτερα χρησιμοποιημένη μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Μαλαισία και μετά οι PC τραπεζικές εργασίες, οι οποίες είναι επιτυχείς ως ένα ορισμένο βαθμό μεταξύ των εταιρικών πελατών. Η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου (telebanking) δεν χρησιμοποιείται σε ικανοποιητικό βαθμό στη Μαλαισία. Οι τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου (internet banking) δεν είναι ακόμα διαθέσιμες στη Μαλαισία λόγω

ανησυχιών του κράτους για τα θέματα ασφαλείας των συναλλαγών αυτών. Παρόλα αυτά, σημαντικό ποσοστό ατόμων δείχνει ενδιαφέρον για τη συγκεκριμένη υπηρεσία.

Το 2001 οι Jun and Cai πραγματοποίησαν άλλη μία έρευνα στις ΗΠΑ η οποία αφορούσε την ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών διαδικτύου. Για την έρευνα χρησιμοποιήθηκαν διαστρωματικά δεδομένα κατά το Φεβρουάριο του 2000. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν (α) η ποιότητα εξυπηρέτησεως των πελατών, η οποία αφορούσε άλλες δέκα μεταβλητές: την αξιοπιστία, την ανταπόκριση, την ικανότητα, την ευγένεια, την αξιοπιστία, την πρόσβαση, την επικοινωνία, την κατανόηση του πελάτη, τη συνεργασία και τη συνεχή βελτίωση. (β) Η ποιότητα των συστημάτων ανοικτής γραμμής, η οποία αφορούσε το περιεχόμενο, την ακρίβεια, την ευκολία της χρήσης, την επικαιρότητα, την αισθητική και την ασφάλεια των συναλλαγών και (γ) η ποιότητα των προϊόντων των τραπεζικών υπηρεσιών, η οποία περιελάμβανε μια διάσταση της ποικιλίας προϊόντων/των διαφορετικών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων.

Στην έρευνα αυτή διαπιστώθηκε ότι, προκειμένου να διατηρηθεί ένα υψηλό επίπεδο της γενικής ποιότητας τραπεζικών υπηρεσιών, οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες διαδικτύου πρέπει να δώσουν προσοχή και στις 17 διαστάσεις που προσδιορίζονται στη μελέτη. Κυρίως θα πρέπει να εστιάζουν περισσότερο στις ακόλουθες βασικές διαστάσεις: Στην πρώτη κατηγορία που αφορά την ποιότητα εξυπηρέτησεως των πελατών, ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στην ανταπόκριση, την αξιοπιστία και την πρόσβαση των καταναλωτών στις συγκεκριμένες υπηρεσίες, στη δεύτερη κατηγορία που αφορά την ποιότητα των συστημάτων ανοικτής γραμμής, έμφαση πρέπει να δοθεί στην ευκολία της χρήσης και στην ακρίβεια και στην τρίτη κατηγορία που αναφέρεται στην ποιότητα των προϊόντων των τραπεζικών υπηρεσιών θα πρέπει να επικεντρωθούν στην ποικιλία προϊόντων με διαφορετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Όλες οι έξι διαστάσεις ασκούν ισχυρές επιδράσεις είτε στην ικανοποίηση είτε τη δυσαρέσκεια των πελατών, ανάλογα με την ποιοτική απόδοση εκείνων των διαστάσεων.

Για την προθυμία των πελατών να χρησιμοποιήσουν το internet banking, ενδιαφέρον έδειξε και κάποιος άλλος ερευνητής, οι Liao and Cheung με μία έρευνά τους που δημοσιεύτηκε το 2001. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη Σιγκαπούρη το 2000 χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα. Προκειμένου οι Liao and Cheung να ελέγξουν ποιοι είναι οι παράγοντες που επηρεάζουν την προθυμία των πελατών να χρησιμοποιήσουν το internet banking, θεώρησε ως ανεξάρτητες μεταβλητές την

ασφάλεια των συναλλαγών (SECURE), την ακρίβεια των συναλλαγών (ACCU), την ταχύτητα του δικτύου (SPEED), την ευκολία χρήσης (FRIEND), την εμπειρία του χρήστη (EXPER), την εμπλοκή του χρήστη στη διαδικασία (INVOL) και την άνεση που προσφέρει (CONV) που υπηρεσία αυτή.

Από τη συγκεκριμένη έρευνα διαπιστώθηκε ότι προσδοκίες των καταναλωτών για θέματα που αφορούν την ακρίβεια, την ασφάλεια, τη ταχύτητα των συναλλαγών, την ευκολία χρήσης, την εμπλοκή του χρήστη στη διαδικασία (INVOL) και την άνεση που προσφέρει (CONV) που υπηρεσία αυτή, αποτελούν τα πιο σημαντικά ποιοτικά χαρακτηριστικά στην αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα της υπηρεσίας αυτής από μέρους των καταναλωτών.

Επίσης οι ερευνητές κατέληξαν στην ακόλουθη εξίσωση:

$$w = -0,48 + 0,21 \text{ SECURE} + 0,50 \text{ ACCU} + 0,19 \text{ SPEED} + 0,11 \text{ FRIEND} - 0,003 \text{ EXPER} + 0,008 \text{ INVOL} + 0,04 \text{ CONV}$$

(-1,52) (4,85) (11,36) (5,42) (3,37) (-1,22) (2,95) (1,23)

$$R^2 = 0,62 \quad F(\text{stat}) = 71,53$$

Αυτό το οποίο διαπιστώνουμε από την πιο πάνω παλινδρόμηση, είναι ότι η προθυμία των πελατών να χρησιμοποιήσουν το internet banking εξαρτάται από την ασφάλεια των συναλλαγών (SECURE), την ακρίβεια των συναλλαγών (ACCU), την ταχύτητα του δικτύου (SPEED), την ευκολία χρήσης (FRIEND) και την εμπλοκή του χρήστη στη διαδικασία (INVOL).

Μία αρκετά ενδιαφέρουσα έρευνα πραγματοποίησαν το 2001 οι Polatoglu and Ekin, προκειμένου να διερευνήσουν την ικανοποίηση των Τούρκων καταναλωτών από τις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε στην Τουρκία με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων κατά το 1999. Οι ερευνητές υπέθεσαν ότι η ικανοποίηση των Τούρκων καταναλωτών από τις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου εξαρτάται από τους παράγοντες: (α) αξιοπιστία, η οποία αναφέρεται σε θέματα εμπιστοσύνης, ασφάλειας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων των συναλλαγών, (β) πρόσβαση, που αναφέρεται στη στιγμιαία ανατροφοδότηση, στις γρήγορες συναλλαγές και στην πρόσβαση από οπουδήποτε και (γ) αποταμίευση, που αφορά την εξοικονόμηση κόστους και χρόνου και την υπηρεσία αυτοεξυπηρέτησης.

Όσον αφορά την ικανοποίηση των Τούρκων καταναλωτών από τις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου, και οι τρεις παράγοντες αξιοπιστία, πρόσβαση και αποταμίευση είναι στατιστικά σημαντικοί. Διαπιστώθηκε επίσης ότι οι

καταναλωτές που χρησιμοποιούν το internet banking για μεγάλο χρονικό διάστημα και αυτοί που χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν περισσότερες από τις υπηρεσίες που προσφέρει, το βρίσκουν πολύ αξιόπιστο. Σχετικά με την πρόσβαση, το 33% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι κάποια στιγμή αντιμετώπισαν προβλήματα χρησιμοποιώντας τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες διαδικτύου, ενώ οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες διαδικτύου για περισσότερο από 10 μήνες και τουλάχιστον μία φορά την ημέρα, ανέφεραν ότι σημαντικότερος παράγοντας για την ικανοποίησή τους είναι η αποταμίευση – εξοικονόμηση κόστους και χρόνου που έχουν. Είναι λογικό ότι όσο πιο συχνά και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες αυτές, τόσο μεγαλύτερα θα είναι τα οφέλη εξοικονόμησης χρόνου-κόστους. Σχετικά με τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια, στην έρευνα αυτή διαπιστώθηκε ότι το 90% του δείγματος χρησιμοποιούσαν τα υποκαταστήματα των τραπεζών, το 71% χρησιμοποιούσαν τα ATM και το 40% τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω τηλεφώνου (phone banking).

Άλλη μία έρευνα η οποία πραγματοποιήθηκε στη Μαλαισία από τους Suganthi και τους συνεργάτες του (2001), είχε ως αντικείμενο έρευνας την ηλεκτρονική τραπεζική. Συγκεκριμένα, η έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2000 με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων και εξέταζε τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση του internet banking. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και συγκεκριμένα η μέση ηλικία, το μέσο μορφωτικό επίπεδο και το μέσο μηνιαίο εισόδημα, η δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο, η καταναλωτική συνειδητοποίηση για το ebanking που αφορά την προθυμία των καταναλωτών να αλλάξουν συμπεριφορά, το κόστος υιοθέτησης της υπηρεσίας αυτής, οι ανησυχίες για θέματα ασφάλειας, η εμπιστοσύνη του πελάτη στην τράπεζά του και η ευκολία χρήσης της υπηρεσίας αυτής.

Στη σύγκριση που έγινε μεταξύ των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής και μη, διαπιστώθηκε ότι η μέση ηλικία και το μέσο μορφωτικό επίπεδο δεν διαφέρει στις δύο κατηγορίες. Εκεί που υπάρχει διαφορά είναι στο επίπεδο μέσου μηνιαίου εισοδήματος, αφού φαίνεται ότι οι πιο εύποροι είναι αυτοί που υιοθετούν πιο εύκολα το internet banking. Επομένως, το εισόδημα είναι καθοριστικός παράγοντας για την απόφαση των καταναλωτών να το χρησιμοποιήσουν. Οι παράγοντες που τελικά επηρεάζουν την υιοθέτηση του internet banking στην Μαλαισία είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο, η προθυμία να αλλάξουν συμπεριφορά οι καταναλωτές

απέναντι στο ebanking, το κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και πρόσβασης στο διαδίκτυο, η εμπιστοσύνη του πελάτη στην τράπεζά του, οι ανησυχίες ασφάλειας, η ευκολία που παρέχει μία τέτοια υπηρεσία και η ευκολία χρήσης της.

Ιδιαίτερα σημαντική ήταν η έρευνα του Howcroft και των συνεργατών του (2002), η οποία πραγματοποιήθηκε στο Ηνωμένο Βασίλειο το 2001 με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων. Το αντικείμενο έρευνάς της είναι το ίδιο με τις πιο πολλές έρευνες που έχουν ήδη αναφερθεί πιο πάνω. Δηλαδή, εξετάζει τους παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου (internet banking) και μέσω τηλεφώνου (telephone banking) καθώς και τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση των συγκεκριμένων υπηρεσιών. Αναλυτικότερα, υπέθεσε ότι οι παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου (internet banking) και μέσω τηλεφώνου (telephone banking) είναι τα χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών (fees), η βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών, η εξοικονόμηση χρόνου, η εικοσιτετράωρη υπηρεσία, η σύσταση από την οικογένεια/τους φίλους και σύσταση από εφημερίδες κλπ., και οι δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, οικογενειακό εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο), ενώ οι παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση των συγκεκριμένων υπηρεσιών είναι θέματα ασφάλειας, τα λάθη, η πολυπλοκότητα, η πρόσβαση στο κανάλι παράδοσης και η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας.

Μέσα από την έρευνά τους, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι πιο σημαντικοί παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου/διαδικτύου είναι τα λιγότερα δικαιώματα που θα πληρώνουν οι καταναλωτές και η βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών που θα έχουν. Ο λιγότερος σημαντικός παράγοντας είναι οι συστάσεις των καταναλωτών από συγγενείς, φίλους ή από εφημερίδες. Αρκετά σημαντική είναι και η επίδραση της εξοικονόμησης χρόνου και το γεγονός ότι πρόκειται για μία εικοσιτετράωρη υπηρεσία.

Οι πιο σημαντικοί παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου και διαδικτύου είναι οι ανησυχίες των καταναλωτών που αφορούν την ασφάλεια των συναλλαγών τους και τη πιθανότητα να συμβούν λάθη. Ειδικά, για τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, σχεδόν το 50% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι ανησυχούν για την ασφάλεια των υπηρεσιών αυτών και το 41% ότι φοβάται για τυχόν λάθη. Η πολυπλοκότητα και η πρόσβαση στον

απαραίτητο εξοπλισμό είναι πιο σημαντική για τις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου παρά μέσω τηλεφώνου, ενώ η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής δεν είναι σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου και τηλεφώνου για το 40% του δείγματος.

Σημαντικές είναι και οι διαφορές στις αντιλήψεις των ανδρών και γυναικών σχετικά με τις υπηρεσίες αυτές. Για τις εργασίες μέσω τηλεφώνου, διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες ενδιαφέρονταν περισσότερο από τους άνδρες για τη βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών και την πρόσβαση σε μία εικοσιτετράωρη υπηρεσία. Για τις εργασίες μέσω διαδικτύου, οι γυναίκες ενδιαφέρονταν για την ευκολία χρήσης τους, ενώ οι άνδρες έδιναν μεγαλύτερη έμφαση στις συστάσεις που είχαν από συγγενείς, φίλους, εφημερίδες κλπ. Σχετικά με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου οι άνδρες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην έλλειψη της προσωπικής επαφής παρά οι γυναίκες. Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων δεν είχε σημαντική επίδραση στην απόφαση τους για υιοθέτηση ή όχι των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου/ τηλεφώνου.

Σε μία προσπάθεια τους να μελετήσουν τη στάση των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου και τη χρήση αυτών στην Φινλανδία, ο Karjaluoto με τους συνεργάτες του (2002) χρησιμοποίησαν διαστρωματικά δεδομένα για το χρονικό διάστημα από τον Ιούνιο μέχρι τον Αύγουστο του 2000. Υπέθεσαν ότι η στάση των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου και η απόφαση τους για υιοθέτησή ή όχι, εξαρτάται από την προγενέστερη εμπειρία των καταναλωτών όσον αφορά τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και τη τεχνολογία, την προσωπική τραπεζική εμπειρία των καταναλωτών, δηλαδή την ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, την επίδραση που έχει η ομάδα αναφορά στην απόφασή τους αυτή, τη στάση των καταναλωτών απέναντι στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και τους δημογραφικούς παράγοντες, οι οποίοι είναι το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα και το οικογενειακό εισόδημα.

Οι ερευνητές κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι παράγοντες προγενέστερη εμπειρία των καταναλωτών όσον αφορά τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και τη τεχνολογία, η προσωπική τραπεζική τους εμπειρία (ευκολία χρήσης) και η στάση τους απέναντι στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές έχουν μεγάλη επίδραση στη στάση και συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου.

Ιδιαίτερα η προηγούμενη πείρα των καταναλωτών σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές έχει πολύ μεγάλη επίδραση στη χρήση του online banking. Όσο μεγαλύτερη είναι η γνώση των πελατών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τόσο περισσότερες είναι οι πιθανότητες να γίνει κάποιος χρήστης της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ακόμη η θετική προσωπική τραπεζική εμπειρία των πελατών επηρεάζει τόσο τη στάση τους απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική όσο και τη χρήση της. Αυτό σημαίνει ότι οι ικανοποιημένοι πελάτες τείνουν να συμβαδίσουν με το τρέχον κανάλι παράδοσής.

Όσον αφορά την ομάδα αναφοράς, αυτή έχει αρνητική επίδραση στη χρήση του online banking, κάτι το οποίο προέρχεται από το γεγονός ότι οι ισχυρές κοινωνικές επαφές των καταναλωτών με το προσωπικό των τραπεζών προσκρούουν αρνητικά στη στάση τους απέναντι στις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου.

Και οι δημογραφικοί παράγοντες όμως έχουν σημαντική επίδραση στη συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική, ιδιαίτερα το επάγγελμα και το οικογενειακό εισόδημα. Μέσα από την έρευνα διαπιστώθηκε ότι οι χρήστες των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου είναι νέα άτομα, μορφωμένα με υψηλό εισόδημα, οικογενειάρχες με καλή δουλειά.

Μετά τις δύο έρευνες που έχουν ήδη παρουσιαστεί πιο πάνω, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στην Μαλαισία και ως θέμα είχαν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking), το 2002 οι Sohail and Shanmugham αποφάσισαν να εξετάσουν και αυτοί το ίδιο θέμα, αφού διαπίστωσαν ότι το θέμα αυτό παίρνει τεράστιες διαστάσεις στις μέρες μας. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποίησαν διαστρωματικά δεδομένα, για το χρονικό διάστημα από τον Ιούλιο μέχρι το Δεκέμβριο του 2000. Υπέθεσε ότι η απόφαση των καταναλωτών για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) επηρεάζεται από την ευκολία πρόσβασης των καταναλωτών στο Διαδίκτυο, από το βαθμό ενημέρωσης που έχουν για το ebanking, από την προθυμία τους για αλλαγή, από το κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης διαδικτύου, από την εμπιστοσύνη που έχει ο πελάτης στην τράπεζά του, από τα θέματα ασφάλειας των συναλλαγών, από την ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, από τα οφέλη που θα έχουν χρησιμοποιώντας την και από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, δηλαδή την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το μηνιαίο εισόδημα.

Τα αποτελέσματα στα οποία κατέληξαν είναι ότι οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την υιοθέτηση του internet banking στη Μαλαισία είναι η ευκολία πρόσβασης που έχουν οι καταναλωτές στο Διαδίκτυο, η ενημέρωσή τους για το ebanking, η προθυμία τους απέναντι στην αλλαγή, το κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης του διαδικτύου, η εμπιστοσύνη του πελάτη στην τράπεζά του, τα θέματα ασφάλειας των συναλλαγών, η ευκολία χρήσης και τα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας. Συγκεκριμένα διαπίστωσαν ότι οι παράγοντες με τη μεγαλύτερη επίδραση στην απόφαση των καταναλωτών είναι η ευκολία πρόσβασης που έχουν στο Διαδίκτυο, η ενημέρωσή τους για το ebanking και η προθυμία τους απέναντι στην αλλαγή.

Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τα οποία έγινε μια σύγκριση μεταξύ των ατόμων που χρησιμοποιούν ebanking και αυτών που δεν χρησιμοποιούν, παρατηρήθηκε ότι όσον αφορά την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο δεν υπάρχει καμία διαφορά ανάμεσα στις δύο κατηγορίες. Μόνο το μηνιαίο εισόδημα φάνηκε ότι επηρεάζει. Το αποτέλεσμα αυτό πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι το δείγμα της έρευνας αποτελούσαν κυρίως άτομα τα οποία ήδη χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και επομένως θα έχουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά.

Το 2002 οι Suh and Han θέλησαν να ερευνήσουν τους λόγους που επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών για αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) στην Κορέα. Προκειμένου να πετύχουν το στόχο τους χρησιμοποίησαν διαστρωματικά δεδομένα για τη χρονική περίοδο από τις 3/9 - 19/9/2001. Στηριζόμενοι στο Technology Acceptance Model (TAM), υπέθεσαν ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών για αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η εμπιστοσύνη, η αντιλαμβανόμενη από μέρους των καταναλωτών χρησιμότητα και ευκολία χρήσης, η συμπεριφορά αντιμετώπισης και η πρόθεση χρησιμοποίησης απέναντι στην υπηρεσία αυτή.

Μέσα από την έρευνα αυτή, διαπίστωσαν ότι οι καθοριστικοί παράγοντες αποδοχής του internet banking από τους πελάτες είναι η εμπιστοσύνη του καταναλωτή απέναντι στην τράπεζά του καθώς και η χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης του internet banking από μέρους των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι η εμπιστοσύνη του καταναλωτή απέναντι στην τράπεζά του και συνεπώς και στην υπηρεσία αυτή, είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας που θα κρίνει ο πελάτης αν θα χρησιμοποιήσει το internet banking, ενώ σημαντικοί είναι επίσης η

χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης του internet banking. Η εμπιστοσύνη όμως παρατηρήθηκε ότι έχει πιο άμεση επίδραση στην απόφαση του πελάτη παρά η ευκολία χρήσης του internet banking. Ακόμη, διαπιστώθηκε ότι η πρόθεση χρησιμοποίησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής σχετίζεται σε αρκετά μεγάλο βαθμό με τη συμπεριφορά αντιμετώπισης των καταναλωτών απέναντι στην υπηρεσία, με την εμπιστοσύνη που έχουν απέναντι στην τράπεζά τους, καθώς επίσης και με την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα της υπηρεσίας αυτής.

Προκειμένου να ερευνήσουν την ποιότητα των παρεχομένων τραπεζικών υπηρεσιών και τον αντίκτυπο που έχει η τεχνολογία στους καταναλωτές στις ΗΠΑ, οι Joseph and Stone (2003) πραγματοποίησαν την έρευνά τους χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα για το 2002. Οι μεταβλητές τις οποίες εξέτασαν είναι η ακρίβεια των ATM και των ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών, η οποία περιελάμβανε τους παράγοντες ακριβής, ασφαλής και εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες μέσω ηλεκτρονικής τεχνολογίας, η εξυπηρέτηση των πελατών μέσα από την παροχή φιλικών, αποδοτικών και ευχάριστων υπηρεσιών κοντά στην τράπεζα, η άριστη τραπεζική μέσω τηλεφώνου και διαδικτύου, η οποία αφορά την παροχή γρήγορων, κατάλληλων, εξατομικευμένων και φιλικών προς το χρήστη ηλεκτρονικών υπηρεσιών, η ασφαλή και εύκαμπτη υπηρεσία, περιλαμβάνοντας την κάλυψη ειδικών αναγκών μέσω των ATM και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, οι εύκολες και κατάλληλες τραπεζικές εργασίες μέσω των ATM και των απευθείας σύνδεσης οδηγίων και η εξατομικευμένη υπηρεσία, που αφορά την προσωποποίηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, όπως είναι η αναγνώριση του ονόματος του ατόμου που έχει πρόσβαση στο ATM ή σε απευθείας σύνδεση ιστοσελίδα, καθώς και οι δημογραφικοί παράγοντες ηλικία, μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα.

Στην συγκεκριμένη έρευνα παρατηρήθηκαν σημαντικές διαφορές στις αντιλήψεις ανδρών και γυναικών για το συγκεκριμένο θέμα. Διαπιστώθηκε, ότι οι γυναίκες θέλουν να περιλαμβάνονται όλες οι τραπεζικές τους ανάγκες στον κατάλογο επιλογής τους, αποτελεσματική επεξεργασία των συναλλαγών τους, προσωποποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών (ονομαστικός χαιρετισμός), φιλικό προς το χρήστη σύστημα σε χώρο που να διευκολύνονται οι συναλλαγές μέσω ATM και παροχή φιλικού περιβάλλοντος καθώς βρίσκονται σε σειρά αναμονής

Όσον αφορά τις διαφορές που υπήρχαν με βάση την ηλικία των πελατών, τα άτομα ηλικίας 41 ετών και άνω δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην τοποθεσία της

τράπεζας, στον αριθμό και στην τοποθεσία των ΑΤΜ. Ακόμη τα άτομα ηλικίας 41 ετών και άνω, δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε σχέση με τους νέους στην κατάλληλη θέση της τράπεζας, στο εύρος του φάσματος των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, στην αποδοτικότητα, στο καθιερωμένο σύστημα ανατροφοδότησης πελατών, στη διαχείριση καταγγελιών από τους πελάτες, στις ειδικές υπηρεσίες που είναι διαθέσιμες για τους ηλικιωμένους και τα άτομα με ειδικές ανάγκες και στην πρόσβαση σε απευθείας σύνδεση κατευθύνσεις για τους νέους χρήστες. Για την πλειοψηφία των πελατών η πρόσβαση, η θέση, η ασφάλεια και η ευκολία χρήσης των ΑΤΜ είναι τα πιο σημαντικά ζητήματα.

Άλλη μία έρευνα του Karjaluoto με τους συνεργάτες του το 2003 είχε ως αντικείμενο έρευνας την υιοθέτηση των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου (internet banking) αλλά με την ιδιαιτερότητα ότι αναφερόταν σε άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στη Φινλανδία και χρησιμοποιήθηκαν διαστρωματικά δεδομένα κατά το 2001. Ως παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των ατόμων ηλικίας 65 ετών και άνω για υιοθέτηση των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου, θεωρήθηκαν οι δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, οικογενειακό εισόδημα, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο), η έλλειψη προσωπικής εξυπηρέτησης, οι δυσκολίες με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, η αναξιопιστία, η ακρίβεια, η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές και οι μπερδεμένες ιστοσελίδες των τραπεζών.

Τα αποτελέσματα στα οποία κατέληξαν, είναι ότι οι άνθρωποι ηλικίας 65 ετών και άνω τείνουν να είναι μεταξύ των πρόσφατων ατόμων που υιοθετούν τη νέα τεχνολογία και τις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου. Συγκεκριμένα, οι τραπεζικές εργασίες διαδικτύου ήταν ο τρίτος πιο δημοφιλής τρόπος πληρωμής μεταξύ των ώριμων πελατών. Όσον αφορά τους δημογραφικούς παράγοντες, διαπιστώθηκε ότι το οικογενειακό εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο έχουν σημαντική επίδραση στην υιοθέτηση του διαδικτύου ως τραπεζικό κανάλι, έτσι που περισσότεροι από το 30% των πλουσίων και καλά μορφωμένων ηλικιωμένων ανδρών κάνουν την ηλεκτρονική τραπεζική τον κύριο τρόπο πληρωμής τους.

Η αντιληπτή δυσκολία χρησιμοποίησης των υπολογιστών που συνδυάστηκε με την έλλειψη προσωπικής εξυπηρέτησης στις ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες βρέθηκαν να είναι τα κύρια εμπόδια της υιοθέτησης τραπεζικών εργασιών διαδικτύου μεταξύ των πελατών ηλικίας 65 ετών και άνω. Οι τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου

βρέθηκαν επίσης να είναι πιο αναξιόπιστες για τους ηλικιωμένους πελάτες παρά για τους πελάτες των τραπεζών γενικότερα.

Το 2003 η Mattila προκειμένου να ερευνήσει τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της νεότερης μορφής της ηλεκτρονικής τραπεζικής, δηλαδή της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω κινητού τηλεφώνου (mobile banking), πραγματοποίησε μία έρευνα στη Φινλανδία, χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα για την χρονική περίοδο του Μαΐου μέχρι τον Ιούλιο του 2002. Υπέθεσε ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των Φινλανδών καταναλωτών για υιοθέτηση του mobile banking είναι τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, δηλαδή το φύλο, η ηλικία, η οικογενειακή τους κατάσταση, το μορφωτικό τους επίπεδο, το εισόδημα και το επάγγελμά τους, το σχετικό πλεονέκτημα των καταναλωτών, η πολυπλοκότητα, η συμβατότητα, η ενημέρωση, η δυνατότητα δοκιμαστικής χρήσης και ο κίνδυνος χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας. Στη συγκεκριμένη έρευνα γίνεται ένας διαχωρισμός μεταξύ του SMS banking, το οποίο πραγματοποιείται με τη βοήθεια γραπτών μηνυμάτων και του WAP banking, το οποίο πραγματοποιείται με σύνδεση στο διαδίκτυο –GPRS. Έτσι η έρευνα γίνεται ξεχωριστά για το κάθε είδος της υπηρεσίας.

Τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξε, είναι ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν την υιοθέτηση του SMS banking (με τη βοήθεια γραπτών μηνυμάτων) είναι η οικογενειακή κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδο, ενώ τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν την υιοθέτηση του WAP banking, το οποίο πραγματοποιείται με σύνδεση στο διαδίκτυο –GPRS, είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα.

Όσον αφορά το σχετικό πλεονέκτημα είναι σημαντικός παράγοντας για τη χρήση του mobile banking από τους πελάτες για λόγους όπως η πρόσβαση ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο, το κέρδος χρόνου και προσπάθειας και η μείωση κόστους που προσφέρει η συγκεκριμένη υπηρεσία. Η συμβατότητα αναφέρεται στη στάση των πελατών απέναντι στην τεχνολογία, την υποδομή που έχουν και τη σχέση τους με προηγούμενες καινοτομίες. Όλα αυτά επιδρούν σημαντικά στην υιοθέτηση ή όχι του mobile banking. Η ενημέρωση για τη συγκεκριμένη υπηρεσία παίζει και αυτή σημαντικό ρόλο, και μπορεί να επιτευχθεί από το προσωπικό της τράπεζας, από διαφημίσεις, από συγγενικά άτομα κλπ. Επίσης, όταν οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα της δοκιμαστικής χρήσης τότε είναι πολύ πιθανόν να την υιοθετήσουν πιο εύκολα.

Ο κίνδυνος χρήσης και ειδικότερα η μη ασφάλεια και εμπιστοσύνη των υπηρεσιών από τους πελάτες είναι σημαντικός ανατρεπτικός παράγοντας υιοθέτησης του mobile banking. Ακόμη, η πολυπλοκότητα του συστήματος του mobile banking μπορεί να λειτουργήσει σαν ανατρεπτικός παράγοντας στην υιοθέτηση του από τους καταναλωτές, και ειδικότερα λόγω της δυσλειτουργίας της υπηρεσίας αυτής και της ανεπαρκούς καθοδήγησης που ενδεχομένως έχει.

Το 2003 πραγματοποιήθηκε μία ακόμη έρευνα από τους Rotchanakitumnuai and Sreece στην Ταϊλάνδη αυτή τη φορά, που ως αντικείμενο είχε και πάλι την ηλεκτρονική τραπεζική. Η ιδιαιτερότητα της έρευνας αυτής, είναι ότι διερευνά τα εμπόδια για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ταϊλάνδη, από τη μεριά όμως των εταιρειών. Η μελέτη διαπράχθηκε μεταξύ εταιρειών που ήδη χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική και εταιρειών που δεν τη χρησιμοποιούν. Οι μεταβλητές που ερευνήθηκαν χωρίστηκαν σε 3 μεγάλες κατηγορίες: Την εμπιστοσύνη για το σύστημα αυτό, τη νομική υποστήριξη που υπάρχει στη χώρα και τα οργανωτικά εμπόδια.

Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας βοήθησαν στον εντοπισμό των εμποδίων για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από εταιρικούς όμως πελάτες στη Ταϊλάνδη και έγινε μία σύγκριση μεταξύ των χρηστών και μη. Όπως έχει ήδη αναφερθεί για το σκοπό αυτό έγινε η διάκριση των εμποδίων σε 3 μεγάλες κατηγορίες, την εμπιστοσύνη για το σύστημα αυτό, τη νομική υποστήριξη που υπάρχει στη χώρα και τα οργανωτικά εμπόδια.

Η εμπιστοσύνη των πελατών απέναντι στη συγκεκριμένη υπηρεσία αφορά θέματα ασφάλειας, την αξιοπιστία των συναλλαγών και την εμπιστοσύνη που έχουν απέναντι στη τράπεζα σχετικά με την εμπειρία και την πολιτική της. Ιδιαίτερη ανησυχία σχετικά με την εμπιστοσύνη έχουν αυτοί που δεν είναι χρήστες του internet banking.

Η Νομική υποστήριξη της συγκεκριμένης υπηρεσίας αφορά τη δίκαιη ευθύνη, την ικανότητα του δικαστηρίου να επιλύει αποτελεσματικά υποθέσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Εδώ διαπιστώθηκε ότι ίδιο επίπεδο ανησυχίας έχουν τόσο οι χρήστες όσο και οι μη χρήστες, σχετικά με την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, ενώ για τα άλλα δύο οι μη χρήστες ανησυχούν περισσότερο.

Τα οργανωτικά εμπόδια περιλαμβάνουν τη διοικητική τοποθέτηση, την έλλειψη πόρων και την έλλειψη γνώσης. Αυτοί που χρησιμοποιούν το internet

banking έχουν θετική στάση απέναντι στην υιοθέτησή του, έχουν ικανοποιητικούς τεχνολογικούς πόρους και περισσότερες τεχνολογικές γνώσεις, σε αντίθεση με αυτούς που δεν το χρησιμοποιούν στους οποίους ισχύουν ακριβώς τα αντίθετα.

Άλλη μία έρευνα πραγματοποιήθηκε το 2003 από τους Vijayan and Shanmugham στη Μαλαισία, που στόχο είχε να αξιολογήσει την ποιότητα των υπηρεσιών των τραπεζικών εργασιών Διαδικτύου (internet banking) που προσφέρονται στη Μαλαισία. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιήθηκαν διαστρωματικά δεδομένα για την χρονική περίοδο του Ιανουαρίου του 2002. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες οι οποίες αξιολογήθηκαν στην συγκεκριμένη έρευνα χωρίστηκαν σε 3 μεγάλες κατηγορίες, οι οποίες είναι οι ακόλουθες:

1.Ευκολία χρήσης

Η κατηγορία αυτή περιελάμβανε διεύθυνση ιστοσελίδας η οποία να είναι ασυνήθιστη και εύκολη στη μνήμη, άλλες γλώσσες εκτός από Αγγλικά, σαφείς οδηγίες, απαίτηση διπλής επικύρωση - ταυτότητα χρηστών & κωδικός πρόσβασης, υπενθύμιση στον πελάτη για να αλλάζει τον κωδικό πρόσβασης του τακτικά, περιεκτικό FAQ, εξήγηση πώς να διατηρούν ασφαλή τα δεδομένα τους και ώρες των on line συναλλαγών.

2.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα

Η κατηγορία αυτή αφορούσε την απευθείας εγγραφή (Register online), τη δυνατότητα των καταναλωτών να ελέγξουν τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, τα υπόλοιπα των πιστωτικών καρτών τους, τα υπόλοιπα των δανείων τους, να αλλάξουν online τον κωδικό πρόσβασής τους, να πληρώσουν άμεσα λογαριασμούς, να σχεδιάσουν την πληρωμή λογαριασμών για μια μεταγενέστερη ημερομηνία, να πληρώσουν τις πιστωτικές κάρτες που εκδίδονται από τις ίδιες τράπεζες, να ξεπληρώσουν δάνεια, να εφαρμόσουν την τηλεγραφική μεταφορά χρημάτων, να μεταφέρουν λογαριασμούς από διάφορα υποκαταστήματα, διαθέσιμα αρχεία συναλλαγών για τουλάχιστον δύο μήνες, και τη σταθερή κατάθεση και

3.Πρόσθετες Υπηρεσίες

Η τελευταία κατηγορία περιελάμβανε την υποστήριξη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τη τηλεφωνική υποστήριξη 24 ώρες τη μέρα, τη χρησιμότητα τηλεφωνικής υποστήριξης, τη δυνατότητα αγοράς αμοιβαίων κεφαλαίων, την online αγορά, την online ασφάλεια, τη δυνατότητα να παραγγείλουν ξανά επιταγή, τη

δυνατότητα να αλλάξουν διεύθυνση, τις αιτήσεις πιστωτικών/χρεωστικών καρτών και τις αιτήσεις δανείων κατοικίας και αγοράς.

Το συμπέρασμα της συγκεκριμένης έρευνας είναι ότι ανάλογα με το είδος της συναλλαγής πρέπει να ακολουθείται και ο απαιτούμενος τρόπος. Δηλαδή, ο έλεγχος ενός υπολοίπου λογαριασμού, η μεταφορά χρημάτων, η πληρωμή λογαριασμών και η αίτηση για πιστωτική κάρτα δεν απαιτούν την προσωπική επαφή, και ως εκ τούτου μπορούν να διενεργηθούν μέσω του διαδικτύου. Αντιθέτως, το άνοιγμα ενός νέου λογαριασμού, η αίτηση για ένα επιχειρηματικό δάνειο, το κλείσιμο μιας υποθήκης κλπ, απαιτούν ένα πιο ασφαλές περιβάλλον και την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία με τον υπάλληλο της τράπεζας.

Επιπλέον, για να κάνει κάποιος ανάληψη μετρητών είναι αδύνατο μέσω του Διαδικτύου και απαιτεί είτε να πάει ο πελάτης σε ένα υποκατάστημα της τράπεζας του είτε στα ΑΤΜ. Επειδή κάποιες τραπεζικές συναλλαγές είναι πιο δύσκολο να πραγματοποιηθούν μέσω κάποιων καναλιών σε σχέση με άλλα, και επειδή μερικοί πελάτες προτιμούν ορισμένα κανάλια παράδοσης, οι περισσότερες τράπεζες επεκτείνουν έναν συνδυασμό καναλιών παράδοσης.

Οι ερευνητές λοιπόν προτείνουν, τα παραδοσιακά πρόσωπο με πρόσωπο κανάλια να αναδιαμορφωθούν εκ νέου ως κέντρα πωλήσεων για τα σύνθετα προϊόντα και για την πώληση των προϊόντων στους πιο κερδοφόρους πελάτες, ενώ οι στερεότυπες συναλλαγές και οι πωλήσεις των λιγότερο σύνθετων προϊόντων πρέπει να μεταφερθούν στα εναλλακτικά κανάλια όπως το Διαδίκτυο ή το αυτοματοποιημένο κέντρο της τράπεζας.

Το 2003 ο Wang με τους συνεργάτες του θέλησε και αυτός να ερευνήσει την πρόθεση χρήσης των καταναλωτών στην Ταϊβάν όσον αφορά τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου (internet banking). Με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων του 2002, και στηριζόμενοι στο Technology Acceptance Model (TAM), υπέθεσαν ότι οι παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση των καταναλωτών για χρήση του internet banking είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης και η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία από τη πλευρά των καταναλωτών. Στην ίδια έρευνα εξετάζεται επίσης η επίδραση της αυτο-αποτελεσματικότητας των ηλεκτρονικών υπολογιστών (computer self-efficacy), δηλαδή η κρίση της δυνατότητας κάποιου ατόμου για να χρησιμοποιήσει έναν υπολογιστή, στις 3 ανεξάρτητες μεταβλητές.

Τα συμπεράσματα στα οποία κατέληξαν, είναι ότι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης και η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία ασκούν σημαντική επίδραση στην πρόθεση των καταναλωτών για χρήση των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου, αλλά η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία είναι αυτή που έχει τη μεγαλύτερη δυνατότητα να προβλέψει και να εξηγήσει την πρόθεση των καταναλωτών για να υιοθετήσουν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου.

Η αυτο-αποτελεσματικότητα των ηλεκτρονικών υπολογιστών βρέθηκε να είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας της αντιληπτής ευκολίας της χρήσης, της αντιληπτής χρησιμότητας και της αντιληπτής αξιοπιστίας των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου. Οι χρήστες που έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες χρήσης των υπολογιστών, είναι πιθανόν να έχουν μεγαλύτερη θετική χρησιμότητα και ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, αλλά έχουν πιο αρνητική πεποίθηση αξιοπιστίας για τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου.

Το 2004 στην Τουρκία ο Akinci με τους συνεργάτες του, πραγματοποίησαν μία έρευνα με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων για τον Απρίλιο του 2002, οι ερευνητικοί στόχοι της οποίας ήταν:

- να γίνουν αντιληπτά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών και μη των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου, ιδιαίτερα στον εκπαιδευμένο τομέα αγοράς
- να περιγραφούν οι προτιμήσεις για τα διάφορα κανάλια παράδοσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από του χρήστες και μη
- να συγκριθούν οι τοποθετήσεις των χρηστών και μη προς το internet banking όσον αφορά ένα αριθμό παραγόντων, όπως είναι η τεχνολογία, η ασφάλεια, η ευκολία και οι δαπάνες.

Η μελέτη αυτή έδειξε ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των χρηστών και μη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τη στάση – συμπεριφορά τους απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική και τις προτιμήσεις τους για τα κανάλια παροχής υπηρεσιών.

Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των καταναλωτών που χρησιμοποιούν το internet banking, είναι άνδρες μέσης ηλικίας (31-50 ετών), πιο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και σχετικά «εύκολοι» καταναλωτές, ενώ οι μη χρήστες είναι κυρίως γυναίκες, μικρής ηλικίας (κάτω των 30), που προτιμούν τα παραδοσιακά κανάλια, διστακτικοί καταναλωτές που εμπιστεύονται λιγότερο τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, σε σχέση με τις υπηρεσίες που παρέχουν τα υποκαταστήματα των τραπεζών.

Όσον αφορά τις καταναλωτικές προτιμήσεις για τα διάφορα κανάλια παράδοσης, οι χρήστες ηλεκτρονικών υπηρεσιών προτιμούν το internet banking (59.5%) και μετά τα ATM (15.4%), ενώ οι μη χρήστες προτιμούν τα ATM (35.3%) και μετά τα υποκαταστήματα των τραπεζών (9.1%). Οι τηλεφωνικές τραπεζικές εργασίες (telephone banking) είναι τελευταίες στις προτιμήσεις των καταναλωτών, ιδιαίτερα των μη χρηστών.

Τα συμπεράσματα της συγκεκριμένης έρευνας απεικονίζουν ότι οι σημαντικότερες τρεις ιδιότητες στις διαδικασίες επιλογής τραπεζών των πελατών αφορούσαν την ασφάλεια, την αξιοπιστία και τη μυστικότητα, ενώ η διαφήμιση και οι εισηγήσεις από φίλους και συναδέλφους, θεωρήθηκαν ως λιγότεροι σημαντικοί παράγοντες.

Το ενδιαφέρον των Al-Sabbagh and Molla (2004) για τους παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking), ήταν η αιτία για την πραγματοποίηση της έρευνας αυτής στο Σουλτανάτο του Ομάν, με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων για τη χρονική περίοδο του Σεπτεμβρίου - Νοεμβρίου του 2003. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, δηλαδή το φύλο, η ηλικία, το επάγγελμα, το μορφωτικό επίπεδο, το μηνιαίο εισόδημα και το αν είναι χρήστης του διαδικτύου ή όχι, η συμβατότητα, η χρησιμότητα, η ευκολία χρήσης, η εξωτερική επίδραση και η εμπιστοσύνη.

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου, περιλαμβάνει νέα, μορφωμένα άτομα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και που κατά πλειοψηφία (78%) χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο.

Η συμβατότητα, το σχετικό πλεονέκτημα - χρησιμότητα και η ευκολία της χρήσης είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που έχουν θετική επίδραση στην υιοθέτηση του internet banking, ενώ η εξωτερική επιρροή δεν διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις υιοθέτησης της υπηρεσίας αυτής για τους καταναλωτές.

Ανασταλτικοί παράγοντες για την υιοθέτηση του internet banking αποτελούν η έλλειψη εμπιστοσύνης που αισθάνονται οι καταναλωτές και η προτίμησή τους για πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους τραπεζικούς υπαλλήλους, η οποία δεν υπάρχει κατά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Το 2004 ο Chin-Shan με τους συνεργάτες του πραγματοποίησαν μία έρευνα στην Ταϊβάν με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων του 2002, η οποία αφορούσε

τη χρησιμοποίηση των τραπεζικών ιστοσελίδων. Οι μεταβλητές τις οποίες εξέτασαν ήταν το περιεχόμενο τους, το οποίο αφορούσε τη σχετικότητα, τη χρήση media, το βάθος/εύρος και τις τρέχουσες τους πληροφορίες, την ευκολία χρήσης τους αναφερόμενοι στους στόχους, τη δομή και την ανατροφοδότηση τους, την προώθηση τους, την κατασκευή τους για το μέσο χρήστη (κοινότητα, εξατομίκευση, καθαρή δομή) και το συναίσθημα, αναφερόμενοι στην πρόκληση, τη πλοκή, τη δύναμη χαρακτήρα και το ρυθμό.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, έδειξαν ότι υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ της προσδοκίας των χρηστών και της πραγματικής δυνατότητας χρησιμοποίησης των ιστοσελίδων. Συγκεκριμένα, οι χρήστες ανέμεναν ότι οι τραπεζικές ιστοσελίδες θα περιείχαν το σχετικό περιεχόμενο, τις τρέχουσες πληροφορίες, τη σαφή δομή και την κατάλληλη ανατροφοδότηση. Εντούτοις, οι περισσότερες τράπεζες έδωσαν περισσότερη έμφαση στο πώς να προωθηθούν στο κοινό.

Αν και οι τράπεζες παρέχουν το μηχανισμό ανατροφοδότησης για τους πελάτες τους, οι στόχοι δεν είναι αρκετά σαφείς. Επιπλέον, προτείνετε ότι η χρήση των μέσων όπως η μουσική, το υπόβαθρο, και τα πολυμέσα μπορούν να βελτιωθούν στις περισσότερες ιστοσελίδες.

Το «περιεχόμενο» της ιστοσελίδας μιας τράπεζας ήταν η σημαντικότερη κατηγορία για τους καταναλωτές και από τις υποκατηγορίες του οι «τρέχουσες πληροφορίες». Επιπλέον, «η ευκολία χρήσης» ήταν η δεύτερη σημαντική κατηγορία, της οποίας η υποκατηγορία «ανατροφοδότηση» είχε το μεγαλύτερο βάρος.

Γενικότερα, κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι τράπεζες πρέπει να βελτιώσουν σε μεγάλο βαθμό τις τραπεζικές τους ιστοσελίδες, αφού στο παρόν στάδιο βρίσκονται σε πολύ αρχικό επίπεδο, ειδικά σε ότι αφορά τη χρησιμότητα. Συγκεκριμένα, το περιεχόμενο και η ευκολία χρήσης των ιστοσελίδων είναι οι δύο πιο σημαντικές κατηγορίες στις οποίες οι τράπεζες πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη έμφαση στις ιστοσελίδες τους, προκειμένου να αναπτύξουν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking).

Το 2004, η Colonia – Willner πραγματοποίησε άλλη μία έρευνα στις ΗΠΑ, χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα για το 2002. Στόχος της έρευνας ήταν να ερευνηθεί αν υπάρχει σχέση μεταξύ της ακρίβειας, δηλαδή το αν είναι επιτυχής ή όχι η τραπεζική συναλλαγή στα ATM, του χρόνου που κάνει ο πελάτης μέχρι να εκτελέσει μία τραπεζική συναλλαγή στα ATM (σε χιλιοστά δευτερολέπτου) με το μορφωτικό επίπεδο, το φύλο και την ηλικία του ατόμου.

Η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο σχετίζονται με το χρόνο που χρειάζεται ο πελάτης προκειμένου να ολοκληρώσει τη τραπεζική του συναλλαγή στα ATM, αλλά δεν σχετίζονται με τα λάθη που ενδεχομένως παρουσιαστούν σε μία συναλλαγή.

Η έρευνα έδειξε ότι οι άνδρες και οι γυναίκες με το ίδιο μορφωτικό επίπεδο και ηλικία εκτελούν τις συναλλαγές τους στα ATM με την ίδια ακρίβεια. Έδειξε επίσης ότι οι άνδρες επισκέπτονται διπλάσιες φορές τα ATM σε σχέση με τις γυναίκες, ενώ άνδρες και γυναίκες χρειάζονται τον ίδιο χρόνο για να εκτελέσουν μία τραπεζική τους συναλλαγή στα ATM.

Όσον αφορά την κατανομή των λαθών των τραπεζικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται σε ATM, οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι 77% των λαθών οφείλονται στον πελάτη, 22% είναι μηχανικά λάθη (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) και 1% είναι λάθη που οφείλονται σε κακή επικοινωνία μεταξύ του ATM και του server.

Οι Luarn and Lin (2004) πραγματοποίησαν άλλη μία έρευνα στην Ταϊβάν, με στόχο να ερευνήσουν την πρόθεση χρήσης του mobile banking από μέρους των καταναλωτών. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποίησαν διαστρωματικά δεδομένα του 2003 και στηρίχτηκαν στο Technology Acceptance Model (TAM). Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν η χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, η αξιοπιστία, η ικανότητα – τεχνογνωσία και το οικονομικό κόστος των καταναλωτών.

Η συγκεκριμένη έρευνα έδειξε ότι η απόφαση του καταναλωτή για το αν θα χρησιμοποιήσει ή όχι το mobile banking, αυτή επηρεάζεται από τη χρησιμότητα που ενδέχεται να έχει, από την ευκολία χρήσης του, από την αξιοπιστία που έχει, από την ικανότητα – τεχνογνωσία του και από το οικονομικό κόστος που αυτό συνεπάγεται. Επίσης, η ευκολία χρήσης έχει θετική επίδραση στη χρησιμότητα και την αξιοπιστία, ενώ η ικανότητα – τεχνογνωσία του ατόμου έχει θετική επίδραση στην ευκολία χρήσης του mobile banking.

Ακόμη μία έρευνα πραγματοποιήθηκε στην Φινλανδία από το Pikkarainen και τους συνεργάτες του (2004). Η συγκεκριμένη έρευνα η οποία στηρίχτηκε στο Technology Acceptance Model (TAM), όπως και πολλές άλλες που έχουν ήδη αναφερθεί, πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια διαστρωματικών δεδομένων του 2002. Οι ερευνητές υπέθεσαν ότι η χρήση των απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών (online banking), εξαρτάται από την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, την αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, την αντιλαμβανόμενη απόλαυση, την

πληροφόρηση των καταναλωτών για τις απευθείας σύνδεσης τραπεζικές εργασίες, την ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών και την ποιότητα της σύνδεσης με το διαδίκτυο, καθώς επίσης και από τους δημογραφικούς παράγοντες, όπως είναι το φύλο, η ηλικία και το εισόδημα.

Το συμπέρασμα στο οποίο κατέληξαν οι ερευνητές, είναι ότι οι παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην αποδοχή ή όχι των απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και ευκολία χρήσης, η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η σχετική πληροφόρηση, η ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών. Ο παράγοντας που αφορά την ποιότητα σύνδεσης με το διαδίκτυο, δεν έχει καμία σχέση με τη χρήση ή όχι του online banking, και αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι στις μέρες μας οι αξιόπιστες συνδέσεις με το διαδίκτυο είναι αναμφισβήτητες.

Οι σημαντικότεροι όμως από τους πιο πάνω πέντε παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και ο βαθμός πληροφόρησης των καταναλωτών για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Σημαντική επίσης είναι και η επίδραση του εισοδήματος.

Μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές διαπιστώθηκε ότι είναι η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών, το φύλο και η ηλικία των καταναλωτών. Περίεργο είναι το συμπέρασμα της συγκεκριμένης έρευνας ότι η ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την απόφαση των καταναλωτών να χρησιμοποιούν τις online τραπεζικές υπηρεσίες, αφού σε όλες σχεδόν τις εμπειρικές μελέτες που έχουν αναλυθεί πιο πάνω, ο παράγοντας ασφάλεια ήταν από τους πιο καθοριστικούς στην απόφαση των καταναλωτών.

ΕΜΠΕΙΡΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η παρούσα εργασία πραγματοποιείται με σκοπό να διερευνηθεί η προέλευση του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου και ειδικότερα να ελεγχθεί η μορφή του κατά τη πορεία του χρόνου καθώς επίσης και ποιες τράπεζες το αποτελούν (εγχώριες και ξένες). Τα πιο πάνω έχουν ήδη διερευνηθεί στο προηγούμενο μέρος της παρούσας μελέτης. Στο θεωρητικό μέρος έχουν ακόμη παρουσιαστεί οι τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών. Επιπλέον σκοπός της εργασίας αυτής είναι να διερευνηθεί η συμπεριφορά των Κυπρίων καταναλωτών απέναντι σε αυτούς τους νέους τρόπους προσέγγισης τους από τις τράπεζες.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο πιο πάνω σκοπός, πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Η συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα 23/12/2004 έως 28/02/2005. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας δόθηκε σε τυχαίο δείγμα 350 ατόμων ηλικίας άνω των 18 ετών, κατοίκων διαφόρων περιοχών της πόλης της Λεμεσού.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας περιείχε 38 ερωτήσεις, σε αρκετές από τις οποίες δινόταν η δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει περισσότερες από μία απαντήσεις με αποτέλεσμα το σύνολο των μεταβλητών του ερωτηματολογίου να φθάσει τις 149. Πιο συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από τέσσερις ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιελάμβανε επτά ερωτήσεις οι οποίες αναφέρονταν σε δημογραφικά χαρακτηριστικά, που αφορούν το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα, την οικογενειακή κατάσταση και το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ερωτώμενων, καθώς επίσης και ποιες από τις επιλογές που έχουν οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Ειδικότερα, οι επιλογές τους ήταν το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών, οι μηχανές αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM), το διαδίκτυο (internet banking) και η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου. Στη συγκεκριμένη ερώτηση η απάντηση μπορούσε να ήταν περισσότερη από μία. Η γνώση των πιο πάνω παραμέτρων βοηθά στη σκιαγράφηση του προφίλ των καταναλωτών της Κύπρου όσον αφορά τις τραπεζικές υπηρεσίες.

Η δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου αναφερόταν στον πρώτο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών από τις τράπεζες, δηλαδή στις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και αποτελείτο από επτά ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές, από τις οποίες προέκυπταν τριάντα πέντε (35) μεταβλητές αναφέρονταν στη χρήση ή όχι των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) από τους καταναλωτές και στη συχνότητα χρήσης τους, καθώς επίσης και στα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM). Αναλυτικότερα τα είδη συναλλαγών είναι η ανάληψη μετρητών, η μεταφορά χρημάτων (σε δικό τους ή ξένο λογαριασμό), η πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας, η πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα), η κατάθεση μετρητών ή επιταγών, η εκτύπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού, η ανάκληση πληρωμής επιταγής, η παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών, η παραγγελία εντύπου καταθέσεων, η αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN) και πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM). Επιπλέον, περιελάμβανε δύο ερωτήσεις που αφορούσαν τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιούν ή όχι τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Από κάθε μία από τις δύο αυτές ερωτήσεις προέκυπταν δέκα μεταβλητές.

Η πρώτη ερώτηση η οποία αναφερόταν σε όσους χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τα ATM. Αναλυτικότερα, οι λόγοι για τους οποίους πιθανόν να επιλέξει ένας καταναλωτής να χρησιμοποιήσει τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) είναι γιατί θεωρεί ότι η ύπαρξη των ATM είναι χρήσιμη και αποτελεσματική ή γιατί θεωρεί ότι η ύπαρξή τους είναι κάτι καινούριο αλλά σημαντικό. Ο λόγος αυτός συμπεριλήφθηκε σύμφωνα με τους Pepermans *et al.* (1996) προκειμένου να ερευνηθεί η στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών απέναντι σ' αυτά όσον αφορά τους δύο παράγοντες αποδοτικότητα και χρησιμότητα, καθώς και η στάση τους απέναντι σε μία καινοτομία όπως είναι οι Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM). Ένας ακόμη λόγος είναι η ακρίβεια και η ασφάλεια των συναλλαγών που παρέχουν οι Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), όπως αναφέρουν και οι Joseph and Stone (2003) καθώς και η Colonia – Willner (2004). Σύμφωνα ακόμη με τους Joseph and Stone (2003) πιθανοί λόγοι

χρήσης των ATM είναι το μεγάλο τους δίκτυο (βολική τοποθεσία), το εύχρηστό τους μενού καθώς και η καλή ποιότητα και η μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων τους υπηρεσιών. Ως πιθανοί λόγοι χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) από τους καταναλωτές θεωρήθηκαν η μη εμφάνιση συχνών λαθών και αδυναμιών (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά, καθώς και το γεγονός ότι είναι πρακτικά στη χρήση (Pepermans *et al.* -1996), γι' αυτό και τέθηκαν τα ανάλογα ερωτήματα. Σύμφωνα με τους Kimberly *et al.* (1997) ένας άλλος πιθανός λόγος χρήσης των ATM είναι ο ικανοποιητικός βαθμός λεπτομερών οδηγιών που έχουν στις οθόνες τους. Τέλος, ρωτήθηκε αν η επαρκής ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) μπορεί να αποτελέσει το λόγο που ένας καταναλωτής τα χρησιμοποιεί.

Η επόμενη ερώτηση της δεύτερης ενότητας η οποία αναφερόταν σε όσους δεν χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Ειδικότερα, οι λόγοι για τους οποίους πιθανόν να επιλέξει ένας καταναλωτής να μην χρησιμοποιήσει τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) είναι γιατί θεωρεί ότι τα ATM δεν είναι χρήσιμα ή γιατί θεωρεί ότι η ύπαρξή τους είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό. Ο λόγος αυτός συμπεριλήφθηκε σύμφωνα με τους Pepermans *et al* (1996) προκειμένου να ερευνηθεί η στάση των ατόμων που δεν χρησιμοποιούν τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών απέναντι σ' αυτά καθώς και η στάση τους απέναντι σε μία καινοτομία. Ένας ακόμη λόγος μη χρησιμοποίησης των ATM είναι το θέμα ακρίβειας και ασφάλειας των συναλλαγών που παρέχουν, όπως αναφέρουν και οι Joseph and Stone (2003) καθώς και η Colonia – Willner (2004). Σύμφωνα ακόμη με τους Joseph and Stone (2003) πιθανοί λόγοι μη χρήσης των ATM είναι το μικρό τους δίκτυο (μη βολική τοποθεσία), το δύσχρηστό τους μενού καθώς και η όχι καλή ποιότητα και ούτε μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων τους υπηρεσιών. Ως πιθανοί λόγοι μη χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) από τους καταναλωτές θεωρήθηκαν η εμφάνιση συχνών λαθών και αδυναμιών (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά, καθώς και το γεγονός ότι δεν είναι πρακτικά στη χρήση. Ο λόγος αυτός συμπεριλήφθηκε σύμφωνα με τους Pepermans *et al.* (1996) με σκοπό να διερευνηθεί

αν τα μειονεκτήματα των ATM (λάθη και αδυναμίες) και τα προβλήματα ανθρώπου – μηχανής (μη πρακτικά – προβλήματα όρασης) αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα χρήσης των ATM για τους καταναλωτές. Σύμφωνα με τους Kimberly *et al.* (1997) ένας άλλος πιθανός λόγος χρήσης των ATM είναι ο μη ικανοποιητικός βαθμός λεπτομερών οδηγιών που έχουν στις οθόνες τους. Τέλος, ρωτήθηκε αν ο λόγος μη χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) είναι η μη αρκετή ενημέρωση για τη χρήση και τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους. Η δεύτερη ενότητα ολοκληρώνεται με δύο ερωτήσεις που στόχο έχουν να ερευνήσουν τη μελλοντική πρόθεση χρήσης των καταναλωτών όσον αφορά τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM). Συγκεκριμένα, η μία αναφέρεται σε όσους δεν χρησιμοποιούν τα ATM και διερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να τα χρησιμοποιήσουν και η δεύτερη αφορά όσους ήδη τα χρησιμοποιήσουν και διερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση τους.

Στην τρίτη ενότητα του ερωτηματολογίου οι ερωτήσεις ήταν δεκατέσσερις (14) και αναφέρονταν στον δεύτερο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών από τις τράπεζες, ο οποίος είναι η ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking). Σε έξι από τις ερωτήσεις αυτές οι ερωτώμενοι είχαν την δυνατότητα να επιλέξουν περισσότερες από μία απαντήσεις, γεγονός που σαν αποτέλεσμα είχε τη δημιουργία εξήντα πέντε (65) μεταβλητών. Η πρώτη ερώτηση αναφερόταν στη δυνατότητα των καταναλωτών χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή και συμπεριλήφθηκε σύμφωνα με τους Ramaswami *et al.* (1998), Karjaluoto *et al.* (2002) και Wang *et al.*, (2003), με σκοπό να ερευνηθεί αν η δυνατότητά αυτή των καταναλωτών επηρεάζει την απόφασή τους για να διενεργήσουν τραπεζικές εργασίες μέσω του διαδικτύου. Με βάση τους Sathey (1999), Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002), τέθηκαν οι ερωτήσεις αν ο ερωτώμενος/η έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο, αν ναι σε ποιο μέρος (σπίτι, εργασιακός χώρος, πανεπιστήμιο, internet cafe) και πόσο συχνά χρησιμοποιεί το διαδίκτυο. Στη συνέχεια ερευνώνται οι λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιεί ένας καταναλωτής το διαδίκτυο (ενημέρωση, ψυχαγωγία, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, επαγγελματικοί λόγοι σύνδεσης, ηλεκτρονικό εμπόριο και ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες). Ακολουθεί η ερώτηση κατά πόσο γνωρίζουν οι ερωτηθέντες τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική και αν ναι καλούνται να επιλέξουν ανάμεσα σε τρεις προτάσεις και να προσδιορίσουν ποια είναι αυτή που περιγράφει την έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η ερώτηση αυτή χρησιμοποιήθηκε με σκοπό να ελεγχθεί

κατά πόσο αυτοί που απάντησαν ναι στην προηγούμενη ερώτηση γνωρίζουν στην πραγματικότητα τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική. Όσοι γνωρίζουν τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική καλούνται να απαντήσουν από πού ενημερώθηκαν, δηλαδή από το προσωπικό της τράπεζας που συνεργάζονται, από φίλους / συγγενείς, από διαφημίσεις ή από το διαδίκτυο (Howcroft *et al.* - 2002). Στη συγκεκριμένη ερώτηση η απάντηση μπορεί να είναι περισσότερη από μία.

Μετά ακολουθεί η ερώτηση σχετικά με τη συχνότητα χρήσης του διαδικτύου για τραπεζικές εργασίες την εβδομάδα. Στη συνέχεια είναι η ερώτηση σχετικά με τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω του διαδικτύου (Balachandher *et al.* - 2000). Αναλυτικότερα τα είδη συναλλαγών είναι η μεταφορά χρημάτων (σε δικό τους ή ξένο λογαριασμό), η πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας, η πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, τηλέφωνο), οι πληροφορίες για λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες, επιτόκια, η ενημέρωση των υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού, η ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών, οι εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής, οι εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής λογαριασμών κοινής ωφέλειας (ΑΤΗΚ, ΑΗΚ, Υδατοπρομήθεια), η παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών, η αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN) και πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω του διαδικτύου. Επιπλέον, η τρίτη ενότητα περιελάμβανε δύο ερωτήσεις που αφορούσαν τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιούν ή όχι την ηλεκτρονική τραπεζική για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών.

Η πρώτη ερώτηση η οποία αναφερόταν σε όσους χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν την ηλεκτρονική τραπεζική για να πραγματοποιήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Σύμφωνα με τους Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002) τέθηκε το ερώτημα αν ο λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η προθυμία για υιοθέτηση νέας τεχνολογίας, με στόχο να εξετασθεί η προθυμία των καταναλωτών απέναντι στην αλλαγή. Το ερώτημα αν η επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι ο λόγος που τη χρησιμοποιούν οι καταναλωτές τέθηκε με βάση τους Sathey (1999) και Pikkarainen *et al.* (2004). Οι δύο πιθανοί λόγοι χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής που ακολουθούν σύμφωνα με τους Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and

Shanmugham (2002) είναι η εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο και το χαμηλό κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο. Ο παράγοντας αξιοπιστία και εμπιστοσύνη του πελάτη απέναντι στη τράπεζά του αποτελεί τον επόμενο πιθανό λόγο υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές. Ο παράγοντας αυτός είναι πολύ σημαντικός και αναφέρετε σε πολλές εμπειρικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί διεθνώς, όπως τους Sathey (1997), Kim and Moon (1998), Jun and Cai (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Rotchanakitumnuai and Speece (2003), Wang *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004). Για το λόγο αυτό τρεις μεταβλητές αναφέρονται στο θέμα της αξιοπιστίας του καταναλωτή απέναντι στην τράπεζα του. Εξίσου σημαντικός λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ασφάλεια και η ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου, σύμφωνα με τους Sathey (1997), Jun and Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Vijayan and Shanmugham (2003), Akinci *et al.* (2004) και Pikkarainen *et al.* (2004). Για το σκοπό αυτό τέσσερις μεταβλητές αφορούν την ασφάλεια και η ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου. Η ύπαρξη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών είναι κι αυτός ένας πιθανός λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τους καταναλωτές, σύμφωνα και με τους Sathey (1999), Liao and Cheung (2001) και Pikkarainen *et al.* (2004). Η ευκολία χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής και τα οφέλη από αυτή ήταν ο επόμενος πιθανός λόγος χρησιμοποίησης της συγκεκριμένης υπηρεσίας και για τον οποίο αναφέρονται έξι μεταβλητές. Σχετικά με την ευκολία χρήσης της υπηρεσίας και των οφελών της, και σύμφωνα με τους Jun και Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Howcroft *et al.* (2002), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Wang *et al.*, (2003), Al-Sabbagh and Molla (2004) και Pikkarainen *et al.* (2004), ερευνώνται τα οφέλη της, όπως είναι η πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο, η εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών, η εξοικονόμηση χρόνου και κόστους, η παροχή υπηρεσίας διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα, η στιγμιαία ανατροφοδότηση για τις συναλλαγές και η ευκολία εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών. Τέλος ερευνάται ως πιθανός λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής

τραπεζικής η ιστοσελίδα της τράπεζας (αποτελεσματική λειτουργία, ευκολία χρήσης και ελκυστική εμφάνιση), με βάση τους Suganthi *et al.* (2001).

Η επόμενη ερώτηση η οποία αναφερόταν σε όσους δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν επιλέγουν την ηλεκτρονική τραπεζική για να πραγματοποιήσουν τις τραπεζικές συναλλαγές. Σύμφωνα με τους Sathey (1999), Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002) τέθηκε το ερώτημα αν ο λόγος μη χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η απροθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας. Το ερώτημα αν η ελλιπής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι ο λόγος που δεν τη χρησιμοποιούν οι καταναλωτές τέθηκε με βάση τους Sathey (1999) και Pikkarainen *et al.* (2004). Δύο πιθανοί λόγοι μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής που ακολουθούν σύμφωνα με τους Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002) είναι η δυσκολία πρόσβασης στο διαδίκτυο και το υψηλό κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο. Ο παράγοντας αξιοπιστία και εμπιστοσύνη του πελάτη απέναντι στη τράπεζά του αποτελεί τον επόμενο πιθανό λόγο μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές. Ο παράγοντας αυτός είναι πολύ σημαντικός και αναφέρετε σε πολλές εμπειρικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί διεθνώς, όπως τους Sathey (1997), Kim and Moon (1998), Jun and Cai (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Rotchanakitumnuai and Speece (2003), Wang *et al.*, (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004). Εξίσου σημαντικός λόγος μη χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου, σύμφωνα με τους Sathey (1997), Jun and Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Vijayan and Shanmugham (2003), Pikkarainen *et al.* 2004) και Akinci *et al.* (2004). Σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002) τέθηκαν τα ερωτήματα σχετικά με την πολυπλοκότητα της υπηρεσίας και τα λάθη τα οποία πιθανόν να προκύψουν κατά την εκτέλεση των συναλλαγών. Το ερώτημα σχετικά με το αν η δυσκολία χρήσης της ιστοσελίδα της τράπεζας αποτελεί λόγο μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής χρησιμοποιήθηκε με βάση τους Karjaluoto *et al.* (2003) και τους Chin-Shan *et al.* (2004). Οι δύο τελευταίοι πιθανοί λόγοι μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής

από τους καταναλωτές που ερευνώνται είναι η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας, σύμφωνα με τους Ramaswami *et al.* (1998) και Howcroft *et al.* (2002), και η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές (Karjaluoto *et al.* - 2003).

Η τρίτη ενότητα ολοκληρώνεται με δύο ερωτήσεις που στόχο έχουν να ερευνήσουν τη μελλοντική πρόθεση χρήσης των καταναλωτών όσον αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική, σύμφωνα με τη Daniel (1999). Συγκεκριμένα, η μία αναφέρεται σε όσους δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική και ερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν και η δεύτερη αφορά όσους ήδη τη χρησιμοποιήσουν και ερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της.

Το ερωτηματολόγιο συμπληρώνει η τέταρτη και τελευταία ενότητα, η οποία αφορούσε τον τελευταίο τρόπο προσέγγισης του καταναλωτή από τις τράπεζες, δηλαδή την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου. Η ενότητα αυτή αποτελείτο από δέκα ερωτήσεις. Η πρώτη ερώτηση ερευνούσε τη γνώση ή όχι των ερωτηθέντων για τη συγκεκριμένη υπηρεσία και αν η απάντηση ήταν ναι, τότε στην επόμενη ερώτηση σύμφωνα με την Mattila (2003) ζητείτο η πηγή ενημέρωσης (προσωπικό τράπεζας, φίλοι / συγγενείς, διαφημίσεις). Ακολουθούσε η ερώτηση σχετικά με τη χρήση ή όχι της υπηρεσίας. Όσοι την χρησιμοποιούσαν καλούνταν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τη συχνότητα χρήσης ανά μήνα και ποια από τις υπηρεσίες συγκεκριμένα επέλεγαν να χρησιμοποιήσουν (λειτουργοί εξυπηρέτησης – τηλεξυπηρέτηση, αυτοματοποιημένο σύστημα εξυπηρέτησης μέσω τηλεφωνικής συσκευής και εξυπηρέτηση μέσω κινητού τηλεφώνου). Στη συνέχεια έπρεπε να σημειώσουν ποια είδη συναλλαγών πραγματοποιούν μέσω τηλεφώνου. Αναλυτικότερα τα είδη συναλλαγών είναι η μεταφορά χρημάτων (σε δικό τους ή ξένο λογαριασμό), η πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα), η ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμού, η ενημέρωση σχετικά με την κίνηση του λογαριασμού, η παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών, η ενημέρωση για τις τιμές ξένων νομισμάτων και μετοχών, η ενεργοποίηση και ακύρωση κάρτας, η ενεργοποίηση βιβλιαρίου επιταγών και η πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω τηλεφώνου. Ακόμη, η τελευταία ενότητα περιελάμβανε δύο ερωτήσεις που αφορούσαν τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιούν ή όχι την υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών.

Η πρώτη ερώτηση η οποία αναφερόταν σε όσους χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν την συγκεκριμένη υπηρεσία για να πραγματοποιήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Από τη συγκεκριμένη ερώτηση προέκυπταν δέκα μεταβλητές. Οι πρώτες δύο σύμφωνα με τους Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004) αφορούσαν το σχετικό πλεονέκτημα από τη χρήση της υπηρεσίας (πρόσβαση ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο και εξοικονόμηση χρόνου και κόπου). Επόμενος πιθανός λόγος χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας από τους καταναλωτές και σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002) είναι το μειωμένο κόστος από τη χρήση της υπηρεσίας (χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών). Σύμφωνα με τους Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004), τέθηκαν τα ερωτήματα αν η θετική στάση απέναντι στην τεχνολογία, η εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία, η επαρκής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της και η δυνατότητα δοκιμαστικής χρήσης αποτελούν λόγους υιοθέτησης της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Ακόμη, ρωτήθηκαν αν λόγοι υιοθέτησης της υπηρεσίας αποτελούν η ασφάλεια και αξιοπιστία των συναλλαγών, η καλή συμπεριφορά του προσωπικού και το γεγονός ότι η υπηρεσία είναι διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα, σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002) και τους Luarn and Lin (2004).

Η επόμενη ερώτηση οποία αναφερόταν σε όσους δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου συμπεριλήφθηκε με σκοπό να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν επιλέγουν την συγκεκριμένη υπηρεσία για να πραγματοποιήσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Από τη συγκεκριμένη ερώτηση προέκυπταν εννιά μεταβλητές. Σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002), Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004) πιθανοί λόγοι που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία, η ελλιπής εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία, η ελλιπής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της, η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών, οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών, η πολυπλοκότητα της υπηρεσίας, η ανεπαρκής καθοδήγηση, η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας και η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές.

Η τελευταία ενότητα ολοκληρώνεται με ακόμη δύο ερωτήσεις που στόχο έχουν να ερευνήσουν τη μελλοντική πρόθεση χρήσης των καταναλωτών όσον αφορά την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου. Συγκεκριμένα, η μία αναφέρεται σε όσους δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου και διερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν και η δεύτερη αφορά όσους ήδη τη χρησιμοποιήσουν και διερευνά αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της.

Η σύνταξη του ερωτηματολογίου έγινε σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο και σύμφωνα με αντίστοιχες εμπειρικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί διεθνώς. Συνεπώς, σε μία προσπάθεια σύνθεσης της μεθοδολογίας και των ερμηνευτικών παραγόντων που έχουν χρησιμοποιηθεί σε προηγούμενες μελέτες, τα δεδομένα που συλλέχθηκαν με τη βοήθεια αυτού του ερωτηματολογίου, επιτρέπουν την ικανοποίηση του στόχου της συγκεκριμένης έρευνας, ο οποίος είναι να εξεταστούν οι τρόποι προσέγγισης των Κυπρίων καταναλωτών από τις τράπεζες με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών.

Τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων ακολούθησε το στάδιο της επεξεργασίας τους, στο οποίο αρχικά έγινε έλεγχος όλων των ερωτηματολογίων προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι απαντήσεις που δόθηκαν ήταν σαφείς και πλήρεις. Στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε η κωδικοποίηση των απαντήσεων και η καταγραφή τους σε στατιστικούς πίνακες, η ανάλυση των οποίων ακολουθεί στην επόμενη ενότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο

ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΤΗΣ ΚΥΠΡΟΥ ΟΣΟΝ ΑΦΟΡΑ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

8.1 Κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος

Από το σύνολο των ατόμων (350) που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα και συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο, το 50,9% είναι γυναίκες και το υπόλοιπο 49,1% είναι άνδρες, δηλαδή 178 και 172 άτομα αντίστοιχα (Πίνακας 1.1).

Η κατανομή των ηλικιών των ερωτηθέντων διαμορφώνεται με τον ακόλουθο τρόπο: το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων και περίπου το 1/3 του δείγματος (31,4%) ήταν ηλικίας μεταξύ 25 – 34 ετών. Τα άτομα ηλικίας 45-54 ετών και τα άτομα ηλικίας 34-44 ετών συγκέντρωσαν περίπου τα ίδια ποσοστά (21,1% και 20,9% αντίστοιχα). Ακολουθούν τα άτομα ηλικίας 18-24 ετών με ποσοστό 16,3%. Τα μικρότερα ποσοστά του δείγματος ήταν άτομα ηλικίας 55-64 ετών και άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών, με ποσοστά 6,9% και 3,4% αντίστοιχα (Πίνακας 1.2).

Το μορφωτικό επίπεδο αυτών που έλαβαν μέρος στην συγκεκριμένη έρευνα χαρακτηρίζεται στην πλειοψηφία του υψηλό, αφού σχεδόν ο μισός αριθμός του δείγματος ήταν απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου (45,1%). Αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των απόφοιτων λυκείου, οι οποίοι συγκέντρωσαν περίπου το 1/3 του συνόλου του δείγματος (30,6%). Ακολουθούν οι απόφοιτοι δημοτικού και οι απόφοιτοι γυμνασίου, με ποσοστά 10,6% και 6,9% αντίστοιχα. Τέλος οι κάτοχοι μεταπτυχιακού και διδακτορικού τίτλου συγκέντρωσαν ποσοστό 7% των ερωτηθέντων, δηλαδή 6,3% και 0,6% αντίστοιχα (Πίνακας 1.3).

Όσον αφορά το επάγγελμα και σύμφωνα με τον Πίνακα 1.4, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (40,9%), ενώ η δεύτερη κατηγορία με το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν αυτή των δημοσίων υπαλλήλων (26,3%). Τρίτη ήταν η κατηγορία των ελεύθερων επαγγελματιών με ποσοστό 10,3%. Με τα ίδια περίπου ποσοστά γύρω στο 8,5% ακολουθούν οι φοιτητές/τριες (8,9%) και τα άτομα που ασχολούνται με τα οικιακά (8,6%). Τα μικρότερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι κατηγορίες των συνταξιούχων (3,4%) και των ανέργων (1,7%).

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, οι μισοί και πλέον από τους ερωτηθέντες ήταν παντρεμένοι (61,1%), ενώ το 26,6% ήταν άτομα

ελεύθερα που είτε διαβίωναν με την οικογένειά τους είτε ζούσαν μόνα τους (Πίνακας 1.5). Τα άτομα τα οποία συμβίωναν ήταν της τάξεως του 6,6%, ενώ το 4% των ερωτηθέντων δήλωσαν διαζευγμένοι/ες. Τέλος μόλις το 1,7% ήταν χήροι/ες.

Σε ότι αφορά το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα και σύμφωνα με τον Πίνακα 1.6, σχεδόν το 1/3 των ερωτηθέντων (29,4%) ανήκαν στην κατηγορία των £701-£1050 μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος, ενώ με λίγο μικρότερο ποσοστό (23,7%) ήταν τα άτομα με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα £1051- £1400. Οι δύο αυτές κατηγορίες που αποτελούν το μισό και πλέον μέγεθος του δείγματος αντιπροσωπεύουν την κατηγορία της μεσαίας κοινωνικής τάξης των Κυπρίων καταναλωτών. Ακολουθούν τα άτομα με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα £351- £700, τους οποίους το ποσοστό ανέρχεται στο 17,1%. Τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, δηλαδή £1401 - £1750 και άνω των £1751, συγκέντρωσαν ποσοστό περίπου 23% του δείγματος (11,4% και 12% αντίστοιχα). Τέλος μόλις το 6,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα £350, που αποτελεί το μέγεθος του επιδόματος ανεργίας.

Η πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου ολοκληρώνεται με την ερώτηση που αφορά τις επιλογές των Κυπρίων καταναλωτών για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Αναλυτικότερα, σχεδόν όλο το δείγμα (98,6%) δήλωσε ότι επιλέγει το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών για τις τραπεζικές του συναλλαγές (Πίνακας 1.7). Οι μισοί και πλέον από τους ερωτηθέντες (64,9%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), ενώ το 35,1% ότι δεν τις χρησιμοποιεί (Πίνακας 1.8). Μόλις 70 άτομα από το δείγμα (350) και με ποσοστό 20% χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking), ενώ το υπόλοιπο 80% δεν την χρησιμοποιεί (Πίνακας 1.9). Σχετικά με τον τελευταίο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών από τις τράπεζες, δηλαδή την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, μόνο το 13,8% των ερωτηθέντων (48 άτομα) δήλωσαν ότι την χρησιμοποιούν, ενώ η μεγάλη πλειοψηφία των 302 ατόμων (86,3%) δεν την χρησιμοποιεί.

8.2 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και πιο πάνω, οι μισοί και πλέον από τους ερωτηθέντες (64,9%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης

Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, ενώ το υπόλοιπο 35,1% (123 άτομα) ότι δεν τις χρησιμοποιεί (Πίνακας 1.11). Αυτό το οποίο προκύπτει και από τον Πίνακα 2.1, είναι ότι από αυτούς που χρησιμοποιούν τα ATM (227 άτομα) περίπου οι μισοί είναι γυναίκες (116 άτομα) και οι υπόλοιποι μισοί άνδρες (111). Από το σύνολο των γυναικών που συμμετέχουν στην παρούσα έρευνα το 1/3 χρησιμοποιεί τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης για τις συναλλαγές του (33,1%). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το ίδιο περίπου ποσοστό ισχύει και για τους άνδρες (31,7%).

Όσον αφορά τις ηλικίες των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM, παρατηρώντας τον Πίνακα 2.2 διαπιστώνουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν τα ATM είναι ηλικίας μεταξύ 25-34 ετών (27,1%). Ακολουθούν τα άτομα ηλικίας 34-44 ετών και 18-24 ετών με ποσοστά 14,6% και 13,7% αντίστοιχα. Τα άτομα ηλικίας 45-54 ετών κατέχουν το σχετικά μικρό ποσοστό του 8,3%, ενώ μόλις το 1% των ατόμων ηλικίας άνω των 55 ετών που συμμετέχουν στην έρευνα χρησιμοποιούν τα ATM.

Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που έλαβαν μέρος στην έρευνα και χρησιμοποιούν τα ATM, μπορεί να χαρακτηριστεί υψηλό, αφού η πλειοψηφία των ατόμων αυτών και περισσότεροι από το 1/3 είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου (36,6%), ενώ το 20,9% είναι απόφοιτοι Λυκείου. Από τα 22 άτομα κάτοχους μεταπτυχιακού τίτλου που έλαβαν μέρος στην έρευνα, οι 19 χρησιμοποιούν τα ATM για τις συναλλαγές τους καθώς και από τα δύο άτομα που είναι κάτοχοι διδακτορικού τίτλου και οι δύο τα χρησιμοποιούν. Αντιθέτως, η πλειοψηφία των απόφοιτων δημοτικού και γυμνασίου δεν τα χρησιμοποιεί, αφού μόλις πέντε άτομα από τα 56 επιλέγουν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Διαπιστώνουμε λοιπόν παρατηρώντας τον Πίνακα 2.3 και σύμφωνα με τους Pepermans *et al.* (1996), Joseph and Stone (2003) και Colonia – Willner (2004) ότι το μορφωτικό επίπεδο έχει άμεση σχέση με τη επιλογή χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης από τους καταναλωτές, αφού όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών τόσο πιο μεγάλα είναι τα ποσοστά συμμετοχής στη χρήση των ATM.

Σχετικά με το επάγγελμα των ατόμων που συμμετέχουν στην έρευνα αυτή και από τον Πίνακα 2.4 μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι η πλειοψηφία των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι (26,6%) και ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό 21,4%. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες κατέχουν το 5,4%, αλλά το υπόλοιπο 4,9% από αυτούς δεν χρησιμοποιούν τα ATM. Σημαντικό

είναι το γεγονός ότι από τους 31 φοιτητές που συμμετέχουν στην έρευνα οι 26 επιλέγουν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, όπως και οι άνεργοι όπου από τα έξι άτομα που συνολικά λαμβάνουν μέρος στην έρευνα τα πέντε χρησιμοποιούν τα ATM. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ατόμων που ασχολούνται με τα οικιακά δεν χρησιμοποιούν τα ATM (24 από τα 30 άτομα), καθώς και ότι τα 3/4 των συνταξιούχων που συμμετέχουν στην έρευνα δεν χρησιμοποιούν τα ATM. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι τα άτομα με τα μικρότερα ποσοστά στη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης είναι οι συνταξιούχοι και αυτά που ασχολούνται με τα οικιακά.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και όπως παρουσιάζεται και στον Πίνακα 2.5, μπορούμε να πούμε ότι 74 από τα 93 που είναι όλα τα ελεύθερα άτομα που συμμετέχουν στην συγκεκριμένη έρευνα επιλέγουν τα ATM για τις συναλλαγές τους (21,1%). Με το ποσοστό του 6,6% του συνόλου του δείγματος τα άτομα τα οποία συμβιώνουν χρησιμοποιούν όλα τα ATM για να εκτελούν τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Λίγοι περισσότεροι από τους μισούς παντρεμένους/ες επιλέγουν τα ATM (35,1% από το 61,1%), ενώ οι διαζευγμένοι/ες και οι χήροι/ες είναι οι δύο κατηγορίες όπου η πλειοψηφία επιλέγει να μην χρησιμοποιεί τα ATM.

Με βάση τους Pepermans, *et al.* (1996) και Joseph and Stone (2003) και παρατηρώντας τον Πίνακα 2.6, συμπεραίνουμε ότι το εισόδημα έχει μια έμμεση σχέση με την επιλογή των καταναλωτών να χρησιμοποιήσουν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Η πλειοψηφία των καταναλωτών με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα άνω των £1400 που συμμετέχουν στην συγκεκριμένη έρευνα και συγκεκριμένα τα 3/4 αυτών, επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα ATM, ενώ όσον αφορά τους καταναλωτές που ανήκουν στις υπόλοιπες κατηγορίες μηνιαίου οικογενειακού εισοδήματος οι μισοί από αυτούς χρησιμοποιούν τα ATM και οι υπόλοιποι μισοί όχι.

Όσον αφορά την συχνότητα χρήσης των ATM από τους καταναλωτές ανά μήνα, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (43,2%) χρησιμοποιεί τα ATM δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα για την πραγματοποίηση των τραπεζικών του συναλλαγών, ενώ αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των ατόμων που τα χρησιμοποιεί μία φορά την εβδομάδα, το οποίο ανέρχεται στο 37,4%. Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες χρησιμοποιούν τα ATM το 10,1% του δείγματος. Μικρά ήταν τα ποσοστά των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ATM μία φορά τον

μήνα (3,5%) ή σπάνια (5,7%). Αυτό το οποίο μπορούμε να διαπιστώσουμε από τον Πίνακα 1.12 είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για τις συναλλαγές τους, επιλέγουν να τα χρησιμοποιούν αρκετές φορές κατά τη διάρκεια του μήνα.

Σε ότι αφορά τη σχέση που υπάρχει ανάμεσα στο φύλο των ερωτηθέντων και τη συχνότητα χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), παρατηρώντας τον Πίνακα 2.7 και σύμφωνα με τη Colonia – Willner (2004), μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι από το ποσοστό των ατόμων που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ATM μία φορά, δύο ή και περισσότερες φορές την εβδομάδα οι μισοί είναι άνδρες και οι άλλοι μισοί γυναίκες. Διπλάσιο σχεδόν είναι το ποσοστό των γυναικών (6,6%) σε σχέση με τους άνδρες (3,5%) που χρησιμοποιεί τα ATM μία φορά κάθε δύο εβδομάδες και τριπλάσιο αυτών που τα χρησιμοποιεί μία φορά τον μήνα. Αντιθέτως, έντεκα από τα δεκατρία άτομα που δήλωσαν ότι σπάνια χρησιμοποιούν τα ATM ήταν άνδρες.

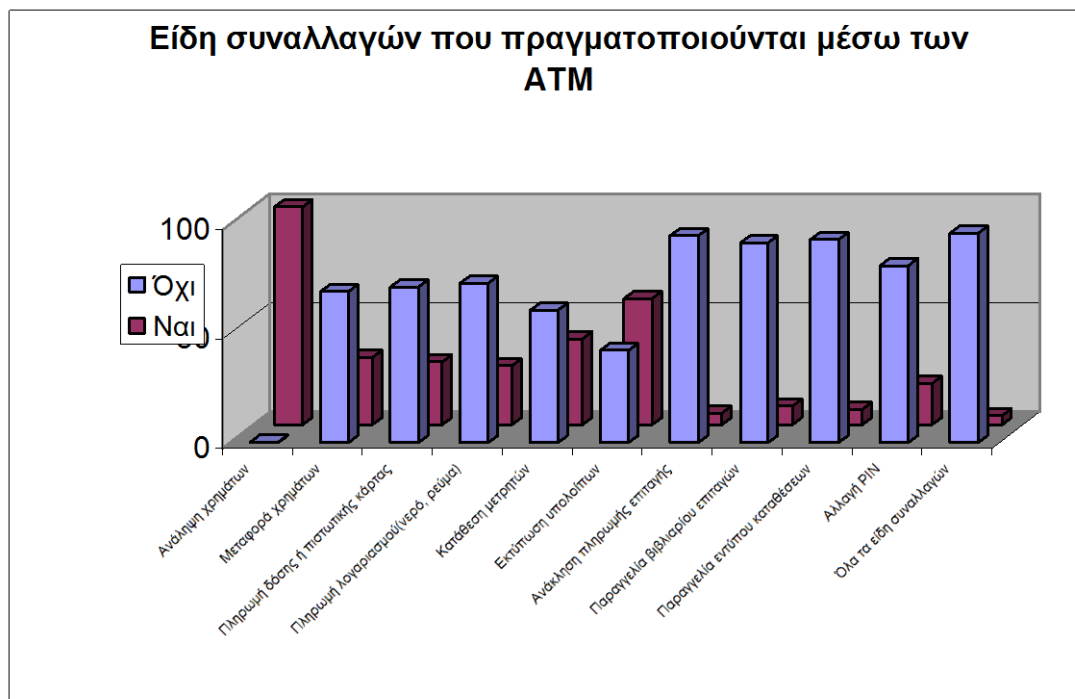
Ακόμη, παρατηρώντας τον Πίνακα 2.8 μπορούμε να διαπιστώσουμε ότι το μορφωτικό επίπεδο επηρεάζει με ένα θετικό αλλά έμμεσο τρόπο τη συχνότητα χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), όπως άλλοτε υποστηρίζουν και οι Repermans *et al.* (1996), αφού όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων συνήθως τόσο πιο συχνή είναι η χρήση των ATM από αυτούς.

Τα είδη των συναλλαγών που μπορεί ο καταναλωτής να πραγματοποιήσει μέσω των ATM όπως αναφέρονται στο παρόν ερωτηματολόγιο είναι έντεκα. Το πρώτο είδος συναλλαγής είναι η ανάληψη χρημάτων, η οποία συγκεντρώνει και το μεγαλύτερο ποσοστό (99,6%) στις προτιμήσεις των καταναλωτών (Πίνακας 1.13). Η μεταφορά χρημάτων είναι και αυτή ένα από τα είδη συναλλαγών όπου οι καταναλωτές δήλωσαν ότι πραγματοποιούν μέσω των ATM με ποσοστό 30,8% (Πίνακας 1.14). Σχεδόν το 1/3 του δείγματος που χρησιμοποιεί τα ATM δήλωσε ότι πραγματοποιεί την πληρωμή δόσης ή πιστωτικής κάρτας μέσω αυτών (28,6%) (Πίνακας 1.15) καθώς και λίγο περισσότερο από το 1/4 των ατόμων αυτών, και συγκεκριμένα το 26,9%, χρησιμοποιεί τα ATM για να πληρώσει τους λογαριασμούς του, όπως το νερό και το ηλεκτρικό ρεύμα (Πίνακας 1.16). Σχεδόν το 40% των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM επιλέγει να καταθέσει μετρητά ή επιταγές μέσω αυτών (Πίνακας 1.17). Το δεύτερο είδος συναλλαγής με το μεγαλύτερο ποσοστό (57,7%) μετά την ανάληψη χρημάτων για τα άτομα που χρησιμοποιούν τα ATM είναι

η εκτύπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού (Πίνακας 1.18). Η ανάκληση πληρωμής επιταγής μέσω των ATM είναι η συναλλαγή με το μικρότερο ποσοστό (5,3%) στις επιλογές των καταναλωτών (Πίνακας 1.19). Μικρά είναι επίσης τα ποσοστά των ατόμων που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τα ATM για να παραγγείλουν βιβλιάριο επιταγών (8,4%) ή έντυπο καταθέσεων (7%) (Πίνακας 1.20 και 1.21 αντίστοιχα). Περίπου το 20% των χρηστών των ATM τα χρησιμοποιούν για να αλλάξουν τον προσωπικό μυστικό τους αριθμό – PIN (Πίνακας 1.22). Τέλος μόνο το 4% των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM και συμμετείχαν στην έρευνα αυτή δήλωσαν ότι πραγματοποιούν όλα τα είδη των συναλλαγών που προαναφέρθηκαν μέσω αυτών (Πίνακας 1.23).

Ανακεφαλαιώνοντας, αυτό το οποίο μπορούμε να πούμε όσον αφορά τα είδη συναλλαγών που οι καταναλωτές πραγματοποιούν μέσω των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και με βάση το ποσοστό που συγκέντρωσαν, το πρώτο σε προτίμηση είδος συναλλαγής είναι η ανάληψη χρημάτων, ακολουθεί η εκτύπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού και μετά η κατάθεση χρημάτων. Το τελευταίο είδος συναλλαγής στις προτιμήσεις των καταναλωτών είναι η ανάκληση πληρωμής επιταγής. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται συγκεντρωτικά στο Διάγραμμα 7.

Διάγραμμα 7



Σε μία προσπάθεια να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και σύμφωνα με τους Pepermans *et al.* (1996), Kimberly *et al.* (1997), Joseph and Stone (2003) και Colonia – Willner (2004) λήφθηκαν υπόψη διάφοροι παράγοντες, όπως είναι η στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σε αυτά, η στάση τους απέναντι σε μία καινοτομία, τα πλεονεκτήματα των ATM, ο βαθμός λεπτομέρειας των οδηγιών στις οθόνες τους, η επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τις υπηρεσίες που προσφέρουν κλπ.

Ο Πίνακας 1.24 δείχνει ότι το 92,1% των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM για να εκτελέσουν τις τραπεζικές τους συναλλαγές το κάνουν γιατί πιστεύουν ότι η ύπαρξή τους είναι χρήσιμη και αποτελεσματική. Ακόμη, περισσότερα από τα μισά άτομα (54,2%) δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν τα ATM γιατί θεωρούν την ύπαρξή τους κάτι καινούριο αλλά σημαντικό (Πίνακας 1.25).

Το θέμα της ακρίβειας και της ασφάλειας των συναλλαγών που εκτελούνται μέσω των ATM φαίνεται τελικά να διχάζει τις γνώμες των καταναλωτών, αφού το 52,4% τα χρησιμοποιεί γιατί πιστεύει ότι παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές, ενώ το 47,6% τα χρησιμοποιεί διατηρώντας όμως τις αμφιβολίες του για την ακρίβεια και την ασφάλεια τους (Πίνακας 1.26).

Τα 3/4 των ερωτηθέντων που επιλέγουν τα ATM για τις συναλλαγές τους δήλωσαν ότι το κάνουν λόγω του μεγάλου δικτύου τους, δηλαδή της βολικής τους τοποθεσίας (Πίνακας 1.27). Επίσης το 81,1% των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM ανέφεραν ότι το εύχρηστό τους μενού αποτελεί ένα ακόμη λόγο για την επιλογή τους (Πίνακας 1.28). Εξίσου σημαντικό ήταν το ποσοστό των ατόμων (63,9%) που σημείωσαν ότι ένας άλλος λόγος χρήσης των ATM είναι η καλή ποιότητα και η μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων τους υπηρεσιών (Πίνακας 1.29).

Ιδιαίτερα σημαντικά είναι τα αποτελέσματα του Πίνακα 1.30 ο οποίος καταγράφει τις απόψεις των ερωτηθέντων όσον αφορά τα μειονεκτήματα των ATM. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ατόμων που χρησιμοποιεί τα ATM (64,8%) δήλωσε ότι ο λόγος για αυτή τους την επιλογή δεν είναι το γεγονός ότι τα ATM δεν παρουσιάζουν συχνά λάθη και αδυναμίες κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά, όπως είναι η έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ,

γεγονός που αποδεικνύει ότι τα μειονεκτήματα των ATM (λάθη και αδυναμίες) είναι από τους παράγοντες που ελκύουν την προσοχή των καταναλωτών με αρνητικό όμως τρόπο (Pepermans *et al.* - 1996).

Ο Πίνακας 1.31 δείχνει τα αποτελέσματα σχετικά με το κατά πόσο το γεγονός ότι τα ATM είναι πρακτικά στη χρήση και δεν παρουσιάζουν προβλήματα όρασης αποτελούν λόγο επιλογής των ATM από τους καταναλωτές για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Εδώ οι γνώμες των καταναλωτών διίστανται, αφού οι μισοί υποστηρίζουν ότι αυτό αποτελεί λόγο για την επιλογή τους ενώ οι άλλοι μισοί το αντίθετο. Το γεγονός αυτό δείχνει ότι όπως και με τον προηγούμενο λόγο ότι τα προβλήματα που υπάρχουν μεταξύ ανθρώπων και μηχανών (μη πρακτικότητα – προβλήματα όρασης) ελκύουν την προσοχή των καταναλωτών όχι όμως με θετικό τρόπο (Pepermans *et al.* - 1996).

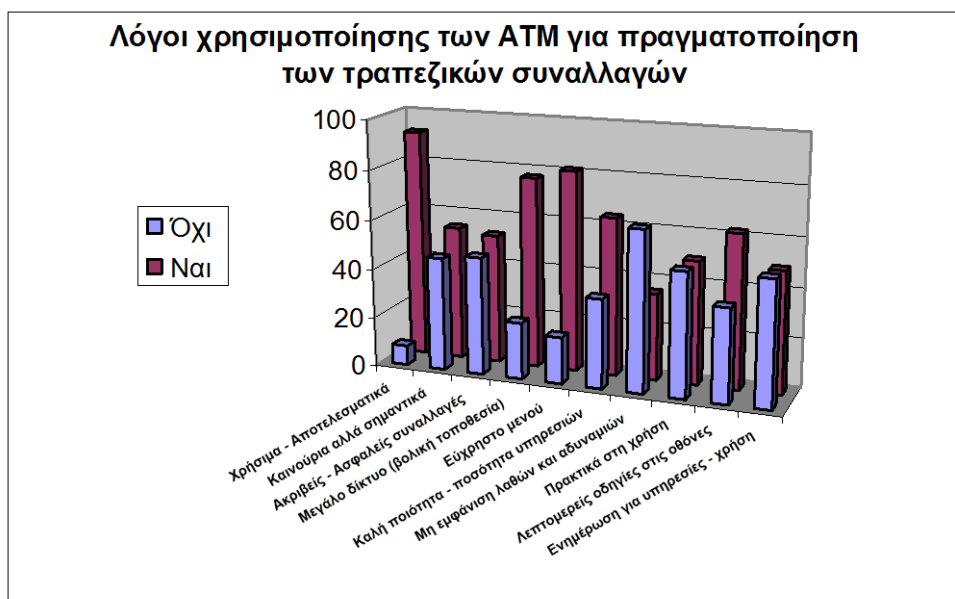
Ο βαθμός λεπτομέρειας των οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες των ATM εξετάζεται αν αποτελεί και αυτός λόγο επιλογής των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους. Στον Πίνακα 1.32 καταγράφονται τα αποτελέσματα των απόψεων των ερωτηθέντων, όπου περισσότεροι από τους μισούς που χρησιμοποιούν τα ATM (62,1%) δήλωσαν ότι οι αρκετά λεπτομερείς οδηγίες που υπάρχουν στις οθόνες τους συμβάλουν θετικά στην επιλογή τους για χρήση των ATM. Παρατηρώντας τον Πίνακα 2.9 μπορούμε να διαπιστώσουμε την διαφορά απόψεων μεταξύ ανδρών και γυναικών όσον αφορά το γεγονός ότι ο μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες των ATM αποτελεί ένα από τους λόγους που οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές (Kimberly *et al.* - 1997). Πιο συγκεκριμένα, διαπιστώνουμε ότι από τις 116 γυναίκες που χρησιμοποιούν τα ATM οι 82 δηλώνουν ότι ο μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες των ATM αποτελεί ένα από τους λόγους για αυτή τους την επιλογή, ενώ οι υπόλοιπες 34 δηλώνουν ότι δεν αποτελεί. Όσον αφορά τους άνδρες εκεί διαφοροποιούνται τα πράγματα, αφού από τους 111 που συνολικά χρησιμοποιούν τα ATM, οι 59 δηλώνουν ότι ο μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών που υπάρχει στις οθόνες τους αποτελεί ένα από τους λόγους για αυτή τους την επιλογή και οι υπόλοιποι 52 δηλώνουν ότι δεν αποτελεί. Δηλαδή αυτό το οποίο μπορούμε να πούμε είναι ότι σχεδόν τα 2/3 των γυναικών που χρησιμοποιούν τα ATM δηλώνουν ότι ο ικανοποιητικός βαθμός λεπτομερών οδηγιών που υπάρχει στις

οθόνες τους επιδρά θετικά για αυτή τους την επιλογή, ενώ μόνο το υπόλοιπο 1/3 τα χρησιμοποιεί δίχως όμως ο λόγος να είναι οι λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες τους, ενώ στους άνδρες οι μισοί δηλώνουν ότι αποτελεί λόγο της επιλογής τους και οι άλλοι μισοί ότι δεν αποτελεί.

Η επαρκής ενημέρωση των καταναλωτών για τις προσφερόμενες υπηρεσίες των ATM και τη χρήση τους είναι ο τελευταίος λόγος που διερευνάται στην συγκεκριμένη έρευνα για να ελεγχθεί αν συμβάλει θετικά ή αρνητικά στην απόφαση των καταναλωτών για χρήση των ATM. Παρατηρώντας τον Πίνακα 1.33 διαπιστώνουμε ότι οι μισοί καταναλωτές δηλώνουν ότι αυτός είναι ένας από τους λόγους που χρησιμοποιούν τα ATM, ενώ οι άλλοι μισοί δηλώνουν ότι δεν είναι. Μπορούμε λοιπόν να αναφέρουμε ότι είναι σημαντικό το γεγονός ότι το 50,7% των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM δεν πιστεύουν ότι υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τη χρήση και για τις προσφερόμενες υπηρεσίες τους.

Ανακεφαλαιώνοντας, αυτό το οποίο μπορούμε να πούμε όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών και σύμφωνα με το ποσοστό που συγκέντρωσαν, ο σημαντικότερος λόγος είναι η αντίληψη που υπάρχει ότι η ύπαρξη των ATM είναι χρήσιμη και αποτελεσματική, ο επόμενος λόγος είναι το εύχρηστό τους μενού και τρίτο η βολική τους τοποθεσία – μεγάλο δίκτυο (Διάγραμμα 8).

Διάγραμμα 8



Προκειμένου να προσδιοριστούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και με βάσει τους Pepermans *et al.* (1996), Kimberly *et al.* (1997), Joseph and Stone (2003) και Colonia – Willner (2004) λήφθηκαν υπόψη διάφοροι παράμετροι, όπως είναι η στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σε αυτά, ο τρόπος που αντιμετωπίζουν μία καινοτομία, τα μειονεκτήματα των ATM, ο βαθμός λεπτομέρειας των οδηγιών στις οθόνες τους και η ελλιπής ενημέρωση για τη χρήση και τις υπηρεσίες που προσφέρουν.

Παρατηρώντας τον Πίνακα 1.34 διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία των ατόμων που δεν χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης για τις τραπεζικές συναλλαγές δεν το κάνουν αυτό γιατί θεωρούν ότι τα ATM δεν είναι χρήσιμα, αλλά για άλλους λόγους που θα αναλυθούν πιο κάτω. Άρα, το 86,2% των ατόμων αυτών αναγνωρίζει τη χρησιμότητα των ATM, αλλά άλλοι είναι οι λόγοι που τους αποτρέπουν να τα χρησιμοποιήσουν και αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό. Παρόλο που το ποσοστό των ατόμων που δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί τα ATM επειδή δεν είναι χρήσιμα είναι μικρό (13,8%), με βάση τους Pepermans *et al.* (1996) και όπως επίσης φαίνεται και στον Πίνακα 2.10, τα άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο είναι κυρίως που έχουν αυτή την γνώμη, ενώ όσο αυξάνεται το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων τόσο πιο πολύ μειώνεται αυτή η αντίληψη.

Με σκοπό να ελεγχθεί η στάση των καταναλωτών που δεν χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σε μία καινοτομία όπως είναι αυτά, τέθηκε το ερώτημα αν δεν τα χρησιμοποιούν επειδή τα θεωρούν κάτι καινούριο αλλά περιττό. Τα 3/4 του δείγματος δήλωσαν ότι ο λόγος που δεν τα χρησιμοποιούν δεν είναι επειδή τα θεωρούν περιττά, ενώ μόνο το 1/4 δήλωσε το αντίθετο (Πίνακας 1.35). Σύμφωνα με τους Pepermans *et al.* (1996) και όπως φαίνεται και από τον Πίνακα 2.11, τα υψηλού μορφωτικού επιπέδου άτομα φαίνεται να έχουν σε πολύ μικρότερο βαθμό αρνητική στάση απέναντι σε καινοτομίες, όπως είναι τα ATM σε σχέση με άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που δεν επιλέγει τα ATM για τις συναλλαγές του επειδή τα θεωρεί κάτι καινούριο αλλά περιττό, είναι απόφοιτοι δημοτικού (9,8%).

Οι μισοί καταναλωτές δεν χρησιμοποιούν τα ATM γιατί θεωρούν ότι οι συναλλαγές που παρέχουν δεν είναι ακριβείς και ασφαλείς (Πίνακας 1.36). Το αποτέλεσμα αυτό είναι σημαντικό αφού το ζήτημα της ακρίβειας και ασφάλειας των

συναλλαγών είναι ο δεύτερος πιο σημαντικός αποτρεπτικός παράγοντας χρήσης των ΑΤΜ για τους καταναλωτές, μετά την ανεπαρκή ενημέρωση που υπάρχει.

Μόνο το 16,3% των καταναλωτών δήλωσε ότι δεν επιλέγει τα ΑΤΜ για να εκτελέσει τις συναλλαγές του επειδή δεν έχουν μεγάλο δίκτυο και γενικά δεν είναι βολική η τοποθεσία τους (Πίνακας 1.37). Λίγο μικρότερο ήταν το ποσοστό των ατόμων που δήλωσαν ότι ο λόγος που δεν χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ είναι γιατί έχουν δύσχρηστο μενού (13,8%) και γιατί δεν έχουν καλή ποιότητα ούτε και μεγάλη ποσότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν (12,2%) (Πίνακες 1.38 και 1.39 αντίστοιχα).

Η εμφάνιση λαθών και αδυναμιών κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών στα ΑΤΜ, όπως είναι η έλλειψη χαρτιού και μετρητών φαίνεται να αποτελούν λόγο μη χρήσης τους για το 1/3 των ατόμων που δεν τα χρησιμοποιούν (Πίνακας 1.40). Επίσης το 17,1% δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ επειδή δεν είναι πρακτικά στη χρήση αφού προκύπτουν προβλήματα όρασης κατά τη διάρκεια της χρήσης τους (Πίνακας 1.41). Φαίνεται, λοιπόν, τα μειονεκτήματα των ΑΤΜ (λάθη και αδυναμίες) και τα προβλήματα που υπάρχουν μεταξύ ανθρώπων και μηχανών – ΑΤΜ (μη πρακτικότητα και προβλήματα όρασης) να έχουν αρνητική επίδραση στην απόφαση των καταναλωτών για χρήση των ΑΤΜ για τις τραπεζικές τους συναλλαγές (Pepermans *et al.* - 1996).

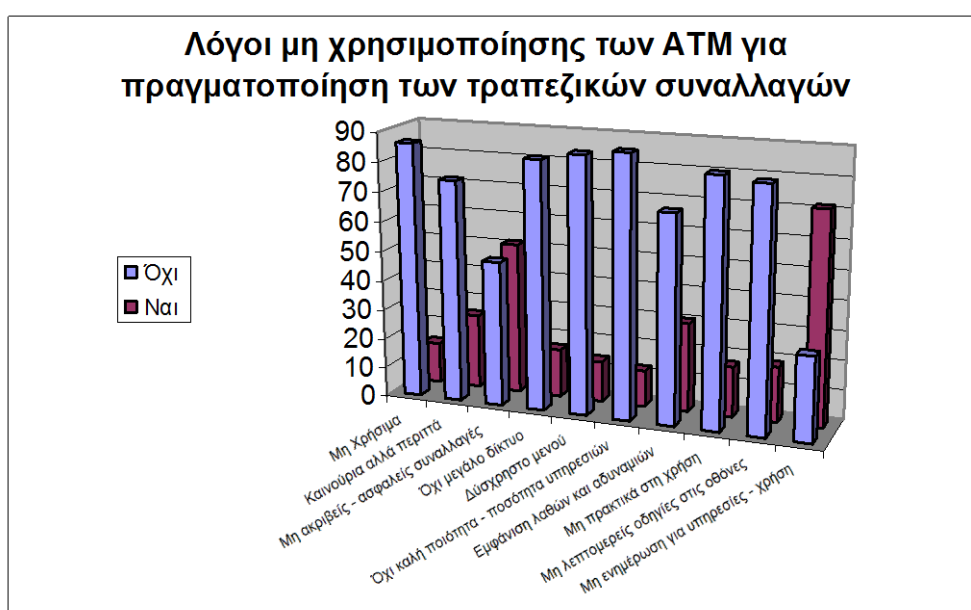
Το 18,7% των ατόμων που δεν χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για τις συναλλαγές τους αναφέρουν ότι ο λόγος είναι γιατί δεν υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες τους (Πίνακας 1.42). Όσον αφορά τις απόψεις των ανδρών και των γυναικών για το συγκεκριμένο λόγο και έτσι όπως φαίνονται στον Πίνακα 2.12 υπάρχει κάποια διαφορά, αφού από το 18,7% που δεν χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ επειδή δεν έχουν λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες τους σε μεγάλο βαθμό, τα 2/3 είναι άνδρες και το υπόλοιπο 1/3 είναι γυναίκες (Kimberly *et al.* - 1997).

Ο σημαντικότερος λόγος για τον οποίο οι καταναλωτές δεν επιλέγουν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών είναι η ανεπαρκής ενημέρωση που έχουν για τη χρήση τους, με ποσοστό το οποίο ανέρχεται στο 71,5% (Πίνακας 1.43).

Συμπερασματικά, αυτό το οποίο μπορούμε να πούμε όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές δεν επιλέγουν τις Μηχανές Αυτόματης

Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών και σύμφωνα με το ποσοστό που συγκέντρωσαν, ο σημαντικότερος λόγος είναι η ελλιπής ενημέρωση των καταναλωτών για τη χρήση τους, ακολουθεί η αντίληψη ότι τα ATM δεν παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές και τρίτος λόγος είναι η εμφάνιση λαθών και αδυναμιών κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά (Διάγραμμα 9).

Διάγραμμα 9



Σε μία προσπάθεια να ερευνηθούν οι μελλοντικές προθέσεις των καταναλωτών όσον αφορά τα ATM, ρωτήθηκαν όσοι δεν τα χρησιμοποιούν αν σκοπεύουν στο μέλλον να τα χρησιμοποιήσουν. Τα αποτελέσματα έτσι όπως καταγράφονται και στον Πίνακα 1.44 είναι μπορούμε να πούμε αρκετά καλά, αφού το 1/3 από αυτούς δήλωσε ότι στο μέλλον σκοπεύει να τα χρησιμοποιήσει. Όσον αφορά τώρα αυτούς που ήδη χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές ρωτήθηκαν αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση τους, και το πολύ μεγάλο ποσοστό του 81,1% δήλωσε ότι αυτό σκοπεύει (Πίνακας 1.45), γεγονός πολύ ενθαρρυντικό.

Όσον αφορά τη σχέση που υπάρχει στις προτιμήσεις των καταναλωτών μεταξύ των τραπεζικών υποκαταστημάτων και των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM), από τον Πίνακα 2.13 παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των

ερωτηθέντων (63,7%) χρησιμοποιεί παράλληλα και τις δύο αυτές επιλογές, ενώ το 34,9% χρησιμοποιεί τα υποκαταστήματα των τραπεζικών όχι όμως τα ΑΤΜ για τις τραπεζικές του συναλλαγές.

8.3 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking)

Στον Πίνακα 1.46 καταγράφονται τα αποτελέσματα όσον αφορά το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή από μέρους των ατόμων που συμμετείχαν στη συγκεκριμένη έρευνα. Ειδικότερα, το 28,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι χειρίζονται έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή μέτρια, ενώ το 26 % δήλωσε πολύ καλά. Μόνο το 1/10 περίπου του δείγματος ξέρει να χειρίζεται εξαιρετικά έναν υπολογιστή, ενώ τα άτομα με καθόλου ή με ελάχιστες γνώσεις στο συγκεκριμένο θέμα αποτελούν το 1/3 του δείγματος.

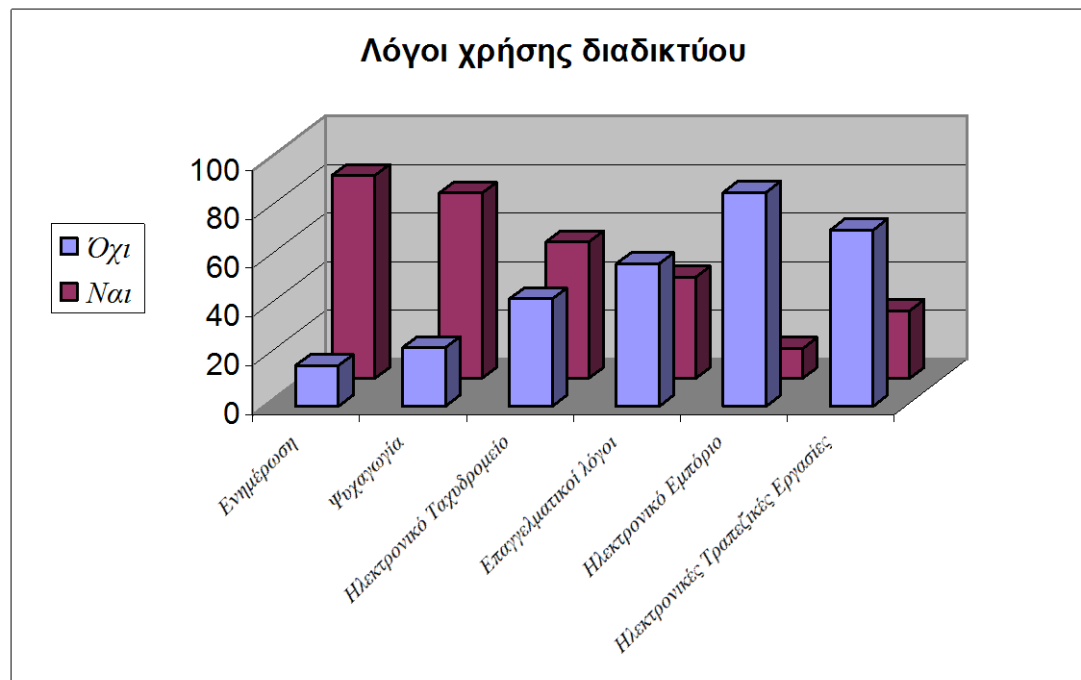
Σχεδόν τα 3/4 του συνόλου των ερωτηθέντων έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο (Πίνακας 1.47), εκ των οποίων το 84,2% δήλωσε ότι έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι (Πίνακας 1.48), το 47,2% έχει πρόσβαση από τον εργασιακό του χώρο (Πίνακας 1.49), το 13,4% έχει πρόσβαση από το πανεπιστήμιο όπου φοιτά (Πίνακας 1.50) και μόλις το 3,2% δήλωσε ότι έχει πρόσβαση από internet cafe (Πίνακας 1.51).

Όσον αφορά τη συχνότητα που οι ερωτηθέντες χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, το 1/4 απάντησε ότι το χρησιμοποιεί καθημερινά, το 14,9% 1 – 2 φορές την εβδομάδα και το 11,4% 3 –5 φορές την εβδομάδα. Το 1/5 του δείγματος το χρησιμοποιεί μερικές φορές τον μήνα ή και σπάνια, ενώ το υπόλοιπο 27,7% όπως έχει ήδη προαναφερθεί δεν το χρησιμοποιεί ποτέ (Πίνακας 1.52).

Οι λόγοι για τους οποίους ένα άτομο μπορεί να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο είναι η ενημέρωση, η ψυχαγωγία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, επαγγελματικοί λόγοι σύνδεσης, το ηλεκτρονικό εμπόριο και οι ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες. Πιο συγκεκριμένα στην παρούσα έρευνα από τα 253 άτομα που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τα οποία απάντησαν στην συγκεκριμένη ερώτηση, το 83,4% δήλωσε ότι το χρησιμοποιεί με σκοπό την ενημέρωση (Πίνακας 1.53), το 75,9% για λόγους ψυχαγωγίας (Πίνακας 1.54), το 56,1% για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (Πίνακας 1.55), το 41,5% για επαγγελματικούς λόγους (Πίνακας 1.56), μόλις το 12,3% για ηλεκτρονικό εμπόριο (Πίνακας 1.57) και το 27,8% για ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες (Πίνακας 1.58). Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα

φαίνονται στο Διάγραμμα 10, όπου και παρατηρούμε ότι ο κυριότερος λόγος χρήσης του διαδικτύου για τους καταναλωτές είναι η ενημέρωση, ακολουθεί η ψυχαγωγία, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, οι επαγγελματικοί λόγοι σύνδεσης, οι ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες και τελευταίο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Διάγραμμα 10



Σύμφωνα με τους Ramaswami *et al.* (1998), Karjaluoto *et al.* (2002) και Wang *et al.* (2003), η εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει πολύ μεγάλη επίδραση στη στάση και συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου. Στον Πίνακα 2.14 καταγράφονται τα αποτελέσματα ανάμεσα στη σχέση που υπάρχει μεταξύ του βαθμού χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της χρήσης ή όχι της ηλεκτρονικής τραπεζικής από μέρους των καταναλωτών. Ειδικότερα, το 21,7% των ερωτηθέντων που δήλωσε ότι δεν ξέρει να χειρίζεται καθόλου τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και το 12,3% που έχει ελάχιστες γνώσεις, δεν χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική, γεγονός που επιβεβαιώνει τις πιο πάνω εμπειρικές μελέτες. Επίσης, από το 28,3% των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι χειρίζονται τους υπολογιστές μέτρια μόνο το 5,1% χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική. Όσο μεγαλώνει ο βαθμός χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, τόσο

αυξάνονται και τα ποσοστά των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου.

Από τα 350 άτομα που είναι το δείγμα της παρούσας έρευνας, τα 70 δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες. Από αυτό το 20,0% που δηλώνουν χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το 13,4% είναι άνδρες και το υπόλοιπο 6,6% γυναίκες. Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι οι άνδρες που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική είναι διπλάσιοι από τις γυναίκες (Πίνακας 2.15). Στο συμπέρασμα ότι η πλειοψηφία των καταναλωτών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τραπεζικές εργασίες είναι άνδρες είχαν καταλήξει και οι Akinçi *et al.* (2004).

Όσον αφορά την ηλικία των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική, οι μισοί από αυτούς είναι μεταξύ 25-34 ετών (10,0%) και ακολουθούν αυτοί που είναι 35-44 ετών (4,6%). Αξιοσημείωτο είναι το αποτέλεσμα όσον αφορά τα νέα άτομα ηλικίας 18-24 ετών, αφού μόνο 7 από τους 57 που συμμετέχουν στην έρευνα δήλωσαν χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αυτό είναι κάτι που προκαλεί έκπληξη αφού συνήθως τα νέα άτομα είναι αυτά που υιοθετούν γρήγορα και εύκολα τεχνολογικές καινοτομίες, όπως είναι η ηλεκτρονική τραπεζική. Αναμενόμενο ήταν το αποτέλεσμα όσον αφορά τα άτομα ηλικίας 55 ετών και άνω, τα οποία έχουν πολύ μικρό ποσοστό (Πίνακας 2.16). Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας όσον αφορά την ηλικία των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική, φαίνεται να συμφωνούν με τους Karjaluoto *et al.* (2002) και Al-Sabbagh and Molla (2004), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι οι χρήστες των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου είναι νέα άτομα και σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας ηλικίας κυρίως 25-34 ετών. Αντίθεση φαίνεται να υπάρχει με τα αποτελέσματα των Karjaluoto *et al.* (2003) όσον αφορά τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω. Οι πιο πάνω υποστηρίζουν ότι τα άτομα αυτά τείνουν να είναι μεταξύ των πρόσφατων ατόμων που υιοθετούν τη νέα τεχνολογία και τις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου, ενώ τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας δείχνουν ότι η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω είναι ελάχιστη, αφού από τα 12 άτομα που συμμετέχουν στην έρευνα μόνο ένα άτομο τη χρησιμοποιεί.

Το μορφωτικό επίπεδο των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι ιδιαίτερα υψηλό, αφού περισσότεροι από τους μισούς είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου (11,1%). Επίσης από τα 22 άτομα κατόχους μεταπτυχιακού τίτλου που συμμετείχαν στην έρευνα, τα 13 χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία, ενώ

όλοι οι κάτοχοι διδακτορικού τίτλου, δύο σε αριθμό, την χρησιμοποιούν. Αντιθέτως, από τα 37 άτομα απόφοιτους δημοτικού μόνο ένα τη χρησιμοποιεί, από τα 107 άτομα απόφοιτους λυκείου μόνο 15, ενώ κανένας απόφοιτος γυμνασίου δεν τη χρησιμοποιεί (Πίνακας 2.17). Επομένως, φαίνεται να επιβεβαιώνονται οι έρευνες των Karjaluoto *et al.* (2002), Karjaluoto *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου είναι μορφωμένα.

Σύμφωνα με τους Karjaluoto *et al.* (2002), Karjaluoto *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004) τα άτομα που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική είναι άτομα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Από τον Πίνακα 2.18 παρατηρούμε ότι το 20,0% που είναι οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το 12,3% είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και το 4,3% δημόσιοι υπάλληλοι.

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική, το 12,9% αυτών είναι παντρεμένοι/ες, το 4,6% ελεύθεροι/ες και το υπόλοιπο 2,6% είναι άτομα που συμβιώνουν. Κανένα από τα άτομα που δήλωσε διαζευγμένος/η ή χήρος/α δεν χρησιμοποιεί τις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου (Πίνακας 2.19). Φαίνεται λοιπόν ότι οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι κυρίως άτομα παντρεμένα (Karjaluoto *et al.* - 2002).

Η άποψη των Karjaluoto *et al.* (2002), Karjaluoto *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004) ότι οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι άτομα με υψηλό οικογενειακό εισόδημα φαίνεται να επιβεβαιώνεται κατά κάποιο τρόπο, αφού παρατηρώντας τον Πίνακα 2.20 διαπιστώνουμε ότι τα άτομα με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα άνω των £1400, το οποίο θεωρείται υψηλό, είναι κυρίως αυτά που χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία. Ακόμη τα άτομα με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα £1051- £1400, που θεωρείται μεσαίου βαθμού, έχουν αρκετά υψηλό ποσοστό συμμετοχής (4,3%), το οποίο είναι το ίδιο με τα άτομα που έχουν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα άνω από £1751.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου περιλαμβάνει νέα άτομα, ηλικίας κυρίως 25-34 ετών, μορφωμένα με υψηλό εισόδημα, παντρεμένα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα.

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων και συγκεκριμένα 227 άτομα από τα 350 που είναι συνολικά το δείγμα (64,9%), δήλωσε ότι γνωρίζει τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική (Πίνακας 1.59). Στην επιλογή που είχαν ανάμεσα σε τρεις προτάσεις να διαλέξουν ποια είναι αυτή που περιγράφει την έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής, από αυτούς το 96,5% έδωσε τη σωστή απάντηση, ότι δηλαδή είναι η εκτέλεση τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου (Πίνακας 1.60). Τα υπόλοιπα 2,6% δήλωσαν ότι ηλεκτρονική τραπεζική είναι όταν πηγαίνω στο ταμείο του υποκαταστήματος της τράπεζας και ο ταμίας εκτελεί τη συναλλαγή μου ηλεκτρονικά, ενώ το 0,9% δήλωσε ότι είναι όταν εκτελώ μόνος/η μου τις τραπεζικές μου συναλλαγές μέσω των ATM. Μπορούμε λοιπόν να θεωρήσουμε ότι το ποσοστό των ατόμων που δήλωσε ότι γνωρίζει τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική και στη συνέχεια έδωσε λάθος απάντηση είναι αρκετά μικρό (3,5%).

Από τα 227 άτομα που δήλωσαν ότι γνωρίζουν τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική, το 60,8% ενημερώθηκε για τη συγκεκριμένη υπηρεσία από το προσωπικό της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται (Πίνακας 1.61), λιγότεροι από τους μισούς (42,3%) ενημερώθηκαν από φίλους/ συγγενείς (Πίνακας 1.62) ή από διαφημίσεις (Πίνακας 1.63) και το 1/4 ενημερώθηκε από το διαδίκτυο (Πίνακας 1.64).

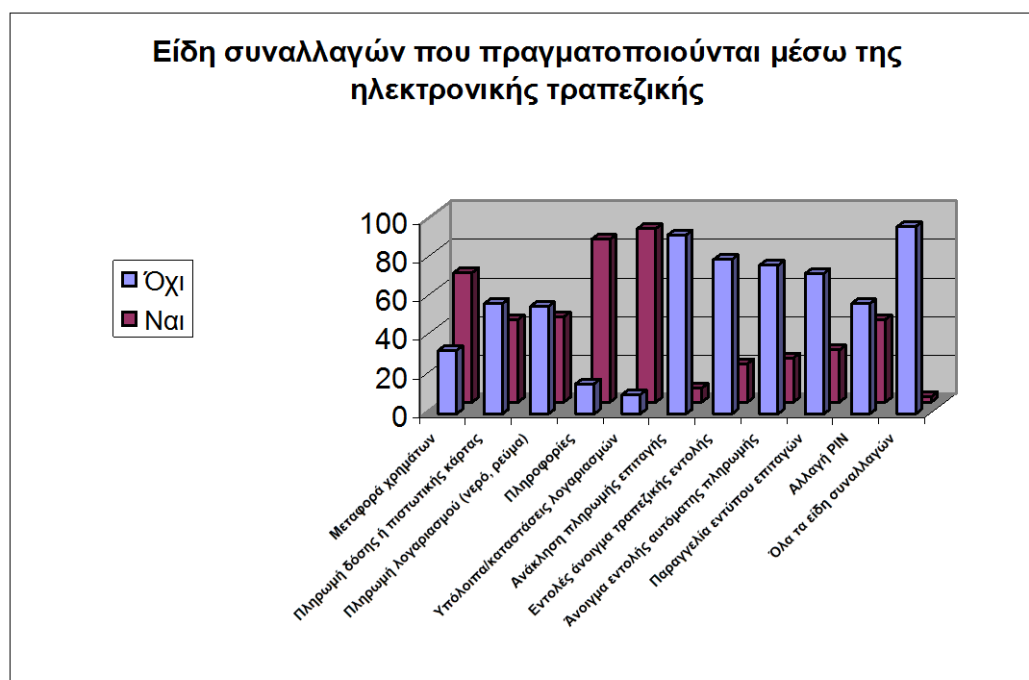
Όσον αφορά τη συχνότητα χρήσης του διαδικτύου για τραπεζικές εργασίες, το 37,1% δήλωσε ότι το χρησιμοποιεί μία φορά την εβδομάδα, το 22,9% αρκετές φορές την εβδομάδα και το 21,4% δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα. Από τους υπόλοιπους, το 12,9% το χρησιμοποιεί μία φορά την ημέρα, το 4,3% αρκετές φορές κατά τη διάρκεια μιας ημέρας και το 1,4% δεν απάντησε στη συγκεκριμένη ερώτηση (Πίνακας 1.65).

Τα είδη των συναλλαγών που μπορεί ο καταναλωτής να πραγματοποιήσει μέσω του διαδικτύου, τα οποία αναφέρονται στο συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο είναι έντεκα. Το πρώτο είδος συναλλαγής είναι η μεταφορά χρημάτων, η οποία συγκεντρώνει ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά (67,1%) στις προτιμήσεις των καταναλωτών (Πίνακας 1.66). Λιγότεροι από τους μισούς (42,9%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για να πληρώσουν κάποια δόση δανείου ή πιστωτικής τους κάρτας (Πίνακας 1.67). Το ίδιο περίπου ποσοστό (44,3%) δήλωσε ότι τη χρησιμοποιεί για να πληρώσει κάποιο λογαριασμό νερού ή ηλεκτρικού ρεύματος (Πίνακας 1.68). Το 84,3% χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική για να παίρνει πληροφορίες σχετικά με λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες

επιτόκια κλπ (Πίνακας 1.69), καθώς επίσης εννιά στα δέκα άτομα χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία προκειμένου να ενημερωθούν για υπόλοιπα και καταστάσεις διαφόρων λογαριασμών τους (Πίνακας 1.70). Με το μικρό ποσοστό του 7,1% είναι τα άτομα που τη χρησιμοποιούν για να ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών (Πίνακας 1.71). Το 1/5 των ατόμων που χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία δήλωσε ότι μέσω αυτής δίνει εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής (Πίνακας 1.72), ενώ λίγοι περισσότεροι (22,9%) μέσω αυτής δίνει εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής λογαριασμών κοινής ωφέλειας, δηλαδή ΑΤΗΚ, ΑΗΚ, Υδατοπρομήθειας (Πίνακας 1.73). Λίγοι περισσότεροι από το 1/4 (27,1%) μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής παραγγέλνουν βιβλιάρια επιταγών (Πίνακας 1.74), ενώ το 42,9% αλλάζει το προσωπικό μυστικό του αριθμό (PIN) μέσω αυτής (Πίνακας 1.75). Τέλος, μόνο το 2,9% που χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική πραγματοποιεί όλα τα είδη των συναλλαγών που προσφέρει η υπηρεσία (Πίνακας 1.76).

Τα πιο πάνω αποτελέσματα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 11, όπου μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι η ενημέρωση για υπόλοιπα και καταστάσεις λογαριασμών είναι το είδος συναλλαγής που οι περισσότεροι καταναλωτές πραγματοποιούν μέσω του διαδικτύου, ακολουθεί η πληροφόρηση για λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες, επιτόκια κλπ και μετά η μεταφορά χρημάτων.

Διάγραμμα 11



Προκειμένου να διερευνηθούν οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές υιοθέτησαν την ηλεκτρονική τραπεζική λήφθηκαν υπόψη κάποιοι παράγοντες, με βάση και τις εμπειρικές μελέτες που έχουν γίνει διεθνώς για το θέμα αυτό. Σύμφωνα με τους Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002), η προθυμία των καταναλωτών απέναντι στην αλλαγή είναι ένας από τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, κάτι το οποίο φάνηκε και από την παρούσα έρευνα όπου περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (52,9%) απάντησαν ότι η προθυμία τους για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας ήταν ένας από τους λόγους που τους ώθησε να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές (Πίνακας 1.77).

Στον Πίνακα 1.78 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση κατά πόσο υπάρχει επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της συγκεκριμένης υπηρεσίας, όπου περισσότεροι από τους μισούς καταναλωτές που έλαβαν μέρος στην παρούσα έρευνα δήλωσαν ότι υπάρχει. Το αποτέλεσμα αυτό φαίνεται να συμφωνεί με τους Sathey (1999) και Pikkarainen *et al.* (2004), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι η πληροφόρηση των καταναλωτών για τη συγκεκριμένη υπηρεσία επηρεάζει θετικά τη χρήση της.

Τα 3/4 των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική δήλωσαν ότι αυτό συμβαίνει και για το λόγο ότι έχουν εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο (Πίνακας 1.79), ενώ το 1/3 λόγω του χαμηλού κόστους των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο (Πίνακας 1.80). Οι Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι δύο πιο πάνω παράγοντες επηρεάζουν τους καταναλωτές προκειμένου να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική. Τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι η εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι πιο σημαντικός παράγοντας για τους καταναλωτές, σε σχέση με το κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο.

Ο παράγοντας αξιοπιστία και εμπιστοσύνη του πελάτη απέναντι στη τράπεζά του και όσον αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική αποδείχτηκε να είναι ένας από τους φόβους των καταναλωτών. Παρόλο που το 45,7% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική λόγω της συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας (Πίνακας 1.81), μόνο το 1/3 από αυτούς δήλωσε ότι τη χρησιμοποιεί λόγω της αξιοπιστίας της τράπεζας στη διόρθωση λανθασμένων συναλλαγών (Πίνακας 1.82) ή λόγω της

εμπιστοσύνης της τράπεζας προκειμένου να αποζημιώσει σε περίπτωση παραβίασης θεμάτων ασφαλείας (Πίνακας 1.83). Άρα, μπορούμε να πούμε σύμφωνα με τους Sathey (1997), Kim and Moon (1998), Jun and Cai (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Rotchanakitumnuai and Speece (2003), Wang *et al.*, (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004), αλλά και όπως δείχνουν και τα αποτελέσματα της παρούσας εργασίας, ότι ο παράγοντας αξιοπιστία και εμπιστοσύνη του καταναλωτή απέναντι στην τράπεζα του είναι ιδιαίτερα σημαντικός, αφού μπορεί να υπάρχει η συνολική αξιοπιστία των καταναλωτών απέναντι στην τράπεζά τους και γι' αυτό να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική, όμως έχουν τους φόβους τους όσον αφορά τη διόρθωση λανθασμένων συναλλαγών ή αποζημίωσης σε περίπτωση παραβίασης θεμάτων ασφαλείας.

Αρκετά σημαντικός λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής φαίνεται να αποτελεί η ασφάλεια και η ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου σύμφωνα με τους Sathey (1997), Jun and Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Vijayan and Shanmugham (2003), Akinci *et al.* (2004) και Pikkarainen *et al.* (2004). Οι γνώμες των καταναλωτών διχάζονται, αφού το 45,7% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική λόγω της διασφάλισης των προσωπικών στοιχείων του χρήστη από την τράπεζα (Πίνακας 1.84), ενώ το 1/3 των χρηστών ανέφερε ότι τη χρησιμοποιεί λόγω της διαφάνειας στην ενημέρωση του χρήστη από την τράπεζα για τους όρους των συναλλαγών (Πίνακας 1.85). Ακόμη το 44,3% δήλωσε ότι ένα από τους λόγους χρησιμοποίησης αποτελεί η ασφάλεια και η ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου (Πίνακας 1.86), ενώ το 54,3% δήλωσε λόγο χρήσης την απαίτηση διπλής επικύρωσης, δηλαδή ταυτότητα χρήστη και κωδικό πρόσβασης (Πίνακας 1.87). Οπότε, διαπιστώνουμε ότι οι μισοί καταναλωτές χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική βέβαια για την ασφάλεια των συναλλαγών τους, ενώ για τους άλλους μισούς η ασφάλεια δεν αποτελεί λόγο χρήσης αφού προφανώς διατηρούν τις ανασφάλειές τους για το συγκεκριμένο θέμα.

Η ύπαρξη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών είναι κι αυτός ένας σημαντικός λόγος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τους καταναλωτές, σύμφωνα και με τους Sathey (1999), Liao and Cheung (2001) και

Pikkarainen *et al.* (2004). Κάτι τέτοιο φαίνεται να συμβαίνει και σε αυτή την έρευνα, αφού περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (58,6%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούνται τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου λόγω της ύπαρξης λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών τους.

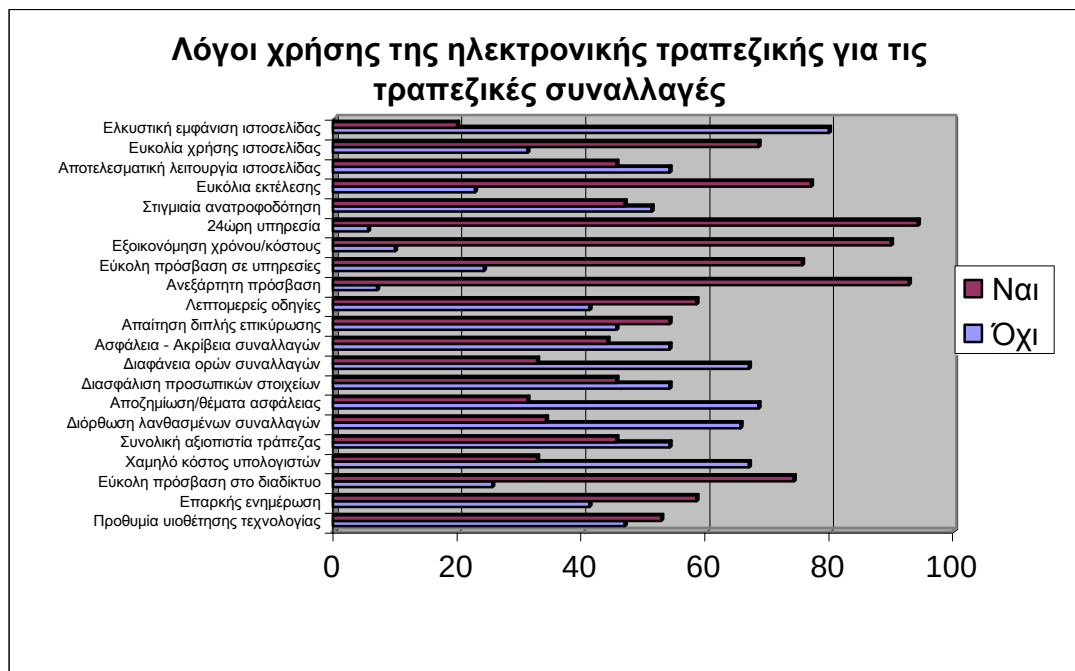
Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι από τους πιο καθοριστικούς παράγοντες για την επιλογή των καταναλωτών που αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι αυτοί που σχετίζονται με την ευκολία χρήσης και τα οφέλη της συγκεκριμένης υπηρεσίας, όπως άλλωστε υποστηρίζουν και οι Jun and Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al* (2001), Howcroft *et al.* (2002), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Wang *et al.*, (2003), Al-Sabbagh and Molla (2004) και Pikkarainen *et al.* (2004). Πιο συγκεκριμένα, η μεγάλη πλειοψηφία του 92,9% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί την υπηρεσία αυτή επειδή επιτρέπει πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο (Πίνακας 1.89), το 75,7% επειδή επιτρέπει εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών (Πίνακας 1.90), το 90,0% λόγω εξοικονόμησης χρόνου και κόστους (Πίνακας 1.91), το 94,3% επειδή πρόκειται για υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα (Πίνακας 1.92), το 47,1% λόγω της στιγμιαίας ανατροφοδότησης για τις συναλλαγές (Πίνακας 1.93) και το 77,1% λόγω της ευκολίας εκτέλεσης των τραπεζικών συναλλαγών (Πίνακας 1.94).

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας καθώς και με αυτά των Suganthi *et al.* (2001), οι τελευταίοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τους καταναλωτές σχετίζονται με την ιστοσελίδα της τράπεζας και ειδικότερα με την αποτελεσματική της λειτουργία, την ευκολία χρήσης της και την ελκυστική της εμφάνιση. Ειδικότερα, σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες (45,7%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες του διαδικτύου λόγω της αποτελεσματικής λειτουργίας της ιστοσελίδας της τράπεζας (Πίνακας 1.95), το 68,6% λόγω της ευκολίας χρήσης της συγκεκριμένης ιστοσελίδας (Πίνακας 1.96), ενώ μόνο το 1/5 λόγω της ελκυστικής εμφάνισης της ιστοσελίδας (Πίνακας 1.97).

Συμπερασματικά, όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους οι καταναλωτές χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική, έτσι όπως παρουσιάζονται και στο Διάγραμμα 12, οι σημαντικότεροι είναι το γεγονός ότι πρόκειται για μία εικοσιτετράωρη υπηρεσία, η πρόσβαση ανεξάρτητα από χρόνο και τόπο, η εξοικονόμηση χρόνου και κόστους, η ευκολία εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών

και η εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών. Δηλαδή παράγοντες που αφορούν τα οφέλη των καταναλωτών από την συγκεκριμένη υπηρεσία. Σημαντικός είναι ακόμη ο παράγοντας της εύκολης πρόσβασης στο διαδίκτυο που έχουν οι καταναλωτές καθώς και της ευκολίας χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας. Ο παράγοντας με τη λιγότερη επίδραση στην απόφαση των καταναλωτών είναι η ελκυστική εμφάνιση της ιστοσελίδας της τράπεζας.

Διάγραμμα 12



Όσον αφορά τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής οι Sathey (1999), Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002) υποστήριξαν ότι η απροθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας από μέρους των καταναλωτών αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Στην παρούσα έρευνα, το μέγεθος των μη χρηστών οι οποίοι δήλωσαν ότι ένας από τους λόγους για αυτή τους την απόφαση ήταν η απροθυμία τους για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας, όπως είναι η ηλεκτρονική τραπεζική, ήταν το σχετικά μικρό ποσοστό του 18,6% (Πίνακας 1.98).

Περισσότεροι από τους μισούς μη χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής και συγκεκριμένα το 59,6%, δήλωσε ότι δεν χρησιμοποιεί την υπηρεσία γιατί δεν είναι αρκετά ενημερωμένοι για τη χρήση και τα οφέλη της (Πίνακας 1.99). Στη διαπίστωση

ότι σημαντικός παράγοντας μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ελλιπής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της υπηρεσίας είχαν καταλήξει και οι Sathey (1999) και Pikkarainen *et al.* (2004).

Σύμφωνα και με τους Suganthi *et al.* (2001) και Sohail and Shanmugham (2002), δύο άλλοι παράγοντες μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι οποίοι είχαν αρκετά μικρά ποσοστά ήταν η δυσκολία πρόσβασης στο διαδίκτυο με 22,1% (Πίνακας 1.100) και το κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο με το πολύ μικρό ποσοστό του 10,4% (Πίνακας 1.101).

Το αρκετά μικρό ποσοστό του 11,1% δήλωσε ότι ο λόγος που δεν χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική είναι λόγω της έλλειψης της συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας (Πίνακας 1.102). Πολλές ήταν οι εμπειρικές μελέτες που είχαν ασχοληθεί με τον παράγοντα αυτό όπως των Sathey (1997), Kim and Moon (1998), Jun and Cai (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Suh and Han (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Rotchanakitumnuai and Speece (2003), Wang *et al.*, (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004).

Ο πιο σημαντικός λόγος μη χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τους καταναλωτές με ποσοστό 72,1%, είναι οι αμφιβολίες που έχουν για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου (Πίνακας 1.103). Ο συγκεκριμένος παράγοντας έχει αποδειχτεί ότι είναι ένας από τους κυριότερους αποτρεπτικούς παράγοντες για τους καταναλωτές μέσα από διάφορες εμπειρικές μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί διεθνώς, όπως αυτές των Sathey (1997), Jun and Cai (2001), Liao and Cheung (2001), Polatoglu and Ekin (2001), Suganthi *et al.* (2001), Sohail and Shanmugham (2002), Karjaluoto *et al.* (2003), Vijayan and Shanmugham (2003), Pikkarainen *et al.* (2004) και Akinci *et al.* (2004).

Σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002) καθοριστικοί είναι και οι παράγοντες που αφορούν την πολυπλοκότητα της υπηρεσίας και τα λάθη τα οποία πιθανόν να προκύψουν κατά την εκτέλεση των συναλλαγών. Στο ίδιο συμπέρασμα κατέληξε και η συγκεκριμένη εργασία, όπου η έλλειψης λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών (πολυπλοκότητα) συγκέντρωσε το 43,2% (Πίνακας 1.104)

και η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών το 65,4% (Πίνακας 1.105).

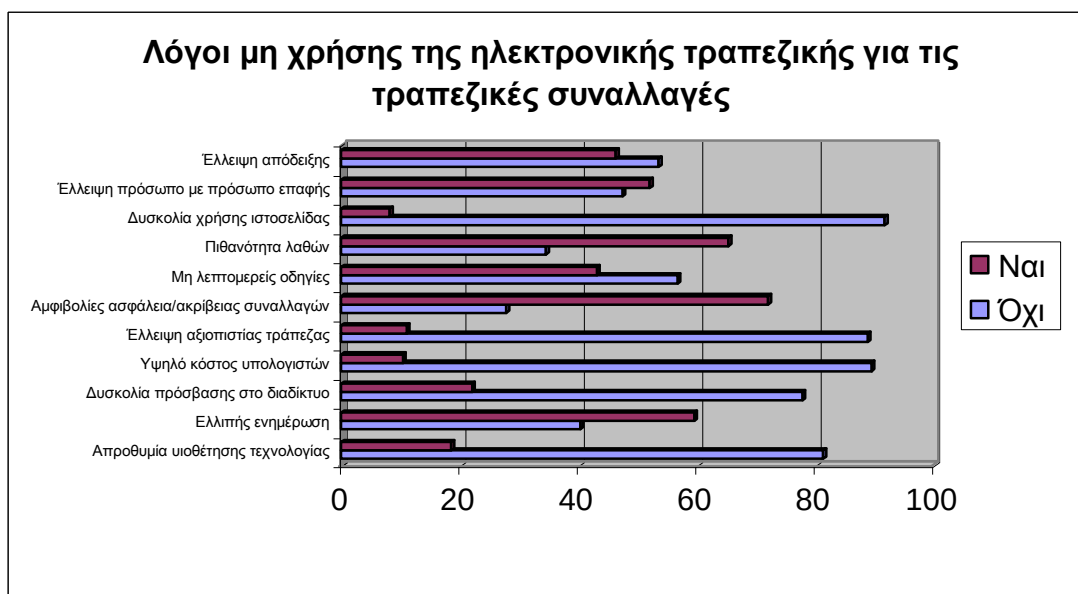
Η δυσκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας δεν φαίνεται να αποτελεί λόγο μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τους καταναλωτές, αφού μόλις το 8,2% δήλωσαν ότι είναι γι' αυτούς αποτρεπτικός παράγοντας (Πίνακας 1.106).

Οι Howcroft *et al.* (2002) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας δεν είναι σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου για το 40% του δείγματος. Η παρούσα εργασία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι ο παράγοντας αυτός είναι αποθαρρυντικός για περισσότερους από τους μισούς ερωτηθέντες και συγκεκριμένα για το 52,1% (Πίνακας 1.107).

Ακόμη η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές είναι σημαντικός παράγοντας μη υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για το 46,4% των ερωτηθέντων (Πίνακας 1.108), καταλήγοντας στο συμπέρασμα σύμφωνα με τους Ramaswami *et al.* (1998) ότι η ανάγκη για την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους οικονομικούς παράγοντες μειώνει σημαντικά την πιθανότητα να διενεργήσουν οι καταναλωτές ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Ανακεφαλαιώνοντας με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών συναλλαγών μέσω διαδικτύου και όπως συγκεντρωτικά φαίνεται και στο Διάγραμμα 13, ο σημαντικότερος παράγοντας είναι οι αμφιβολίες των καταναλωτών για την ασφάλεια και την ακρίβεια αυτών των συναλλαγών, ακολουθούν οι φόβοι τους για την πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών και τρίτο η ελλιπής ενημέρωση που έχουν για τη χρήση και τα οφέλη της υπηρεσίας. Ο παράγοντας με τη λιγότερη σημασία για τους καταναλωτές είναι η δυσκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας.

Διάγραμμα 13



Όσον αφορά τη μελλοντική πρόθεση χρήσης των καταναλωτών σε σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική, τα μηνύματα είναι αρκετά ενθαρρυντικά. Ειδικότερα, το 37,9% από αυτούς που δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική δήλωσαν ότι στο μέλλον προτίθενται να την χρησιμοποιήσουν (Πίνακας 1.109), ενώ το 85,7% όσων ήδη τη χρησιμοποιήσουν δήλωσαν ότι στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της (Πίνακας 1.110).

Στον Πίνακα 2.21 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών μεταξύ των υποκαταστημάτων των τραπεζών και της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπου τα 3/4 των ερωτηθέντων (78,6%), επιλέγουν μόνο τα τραπεζικά υποκαταστήματα για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και όχι και την ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ το 20% χρησιμοποιεί παράλληλα και τις δύο επιλογές.

Σε ότι αφορά την επιλογή των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το 46,3% του δείγματος χρησιμοποιεί τα ATM όχι όμως την ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ το 18,6% χρησιμοποιεί και τις δύο αυτές επιλογές. Ακόμη, το 1/3 των ερωτηθέντων (33,7%) δεν χρησιμοποιεί καμία από τις δύο υπηρεσίες (Πίνακας 2.22).

Τέλος, από το 20% που είναι συνολικά οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το 8,9% χρησιμοποιεί παράλληλα και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την πραγματοποίηση των τραπεζικών του συναλλαγών. Από το 80,0%

που είναι τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική το 75,1% δεν χρησιμοποιεί ούτε την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, ενώ το υπόλοιπο 4,9% χρησιμοποιεί την υπηρεσία μέσω τηλεφώνου χωρίς να χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική (Πίνακας 2.23).

8.4 Καταναλωτικό προφίλ του δείγματος όσον αφορά τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Το 44,3% των ερωτηθέντων γνωρίζει τι είναι η τραπεζική υπηρεσία τηλεφώνου (Πίνακας 1.111), από τους οποίους το 67,7% δήλωσε ότι ενημερώθηκε από το προσωπικό της τράπεζας με το οποίο συνεργάζεται (Πίνακας 1.112), το 40% από συγγενείς / φίλους (Πίνακας 1.113) και το 42,6% από διαφημίσεις (Πίνακας 1.114).

Μόνο 48 από τα 350 άτομα είναι αυτά που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, δηλαδή το 13,7% (Πίνακας 1.115). Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μικρό, αν και αναμενόμενο θα μπορούσαμε να πούμε. Από αυτούς, όπως και στην περίπτωση των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι άνδρες είναι σχεδόν διπλάσιοι από τις γυναίκες. Συγκεκριμένα είναι 4,9% οι γυναίκες και 8,9% οι άνδρες (Πίνακας 2.24). Σχετικά με την ηλικία των ατόμων που χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή, οι περισσότεροι είναι 23-34 ετών (6,6%), ακολουθούν τα άτομα ηλικίας 35-44 ετών (2,9%) και με 2% είναι τα άτομα ηλικίας 18-24 ετών καθώς και 45-54 ετών (Πίνακας 2.25).

Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου είναι αρκετά υψηλό, αφού και οι δύο κάτοχοι διδακτορικού τίτλου που συμμετείχαν στην έρευνα την χρησιμοποιούν, οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου τη χρησιμοποιούν οι μισοί, ενώ το ποσοστό των απόφοιτων Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου ανέρχεται στο 7,7% (Πίνακας 2.26).

Όσον αφορά το επάγγελμα των καταναλωτών που επιλέγουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, η πλειοψηφία είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, με ποσοστό 7,1% και ακολουθούν οι δημόσιοι υπάλληλοι με ποσοστό 4,3% (Πίνακας 2.27).

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ατόμων που χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή, περισσότεροι από τους μισούς (8,3%) είναι παντρεμένοι/ες, το 2,9%

είναι ελεύθεροι/ες και το υπόλοιπο 2,6% είναι άτομα που συμβιώνουν (Πίνακας 2.28). Κανένα άτομο που είναι διαζευγμένος/η ή χήρος/α δεν χρησιμοποιεί την υπηρεσία αυτή για τις συναλλαγές του.

Παρατηρώντας τον Πίνακα 2.29 διαπιστώνουμε ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, κατανέμονται ομοιόμορφα με ποσοστό 3,1% σε κάθε μία από τις τέσσερις τελευταίες κατηγορίες όσον αφορά το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Δηλαδή στις κατηγορίες μεταξύ £701- £1050 και £1051- £1400, όπου θεωρούνται τα κανονικά εισοδήματα και στις κατηγορίες μεταξύ £1401 - £1750 και άνω των £1751, όπου είναι τα υψηλά μηνιαία οικογενειακά εισοδήματα. Άρα, οι χρήστες αυτής της υπηρεσίας δεν είναι μόνο αυτοί με υψηλά εισοδήματα, αλλά και αυτοί με τα κανονικά.

Ανακεφαλαιώνοντας, το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου μοιάζει με αυτό των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει νέα άτομα, ηλικίας κυρίως 25-34 ετών, μορφωμένα με κανονικό και υψηλό εισόδημα, παντρεμένα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, αποτέλεσμα το οποίο φαίνεται να συμφωνεί με τη Mattila (2003).

Όσον αφορά τη συχνότητα με την οποία οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία, η πλειοψηφία (43,8% δήλωσε σπάνια, το 22,9% μία φορά κάθε δύο εβδομάδες, το 12,5% δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα και το 10,4% μία φορά το μήνα (Πίνακας 1.116). Από το υπόλοιπο 10%, το 6,3% τη χρησιμοποιεί μία φορά την εβδομάδα ενώ το 4,2% δεν απάντησαν στην συγκεκριμένη ερώτηση.

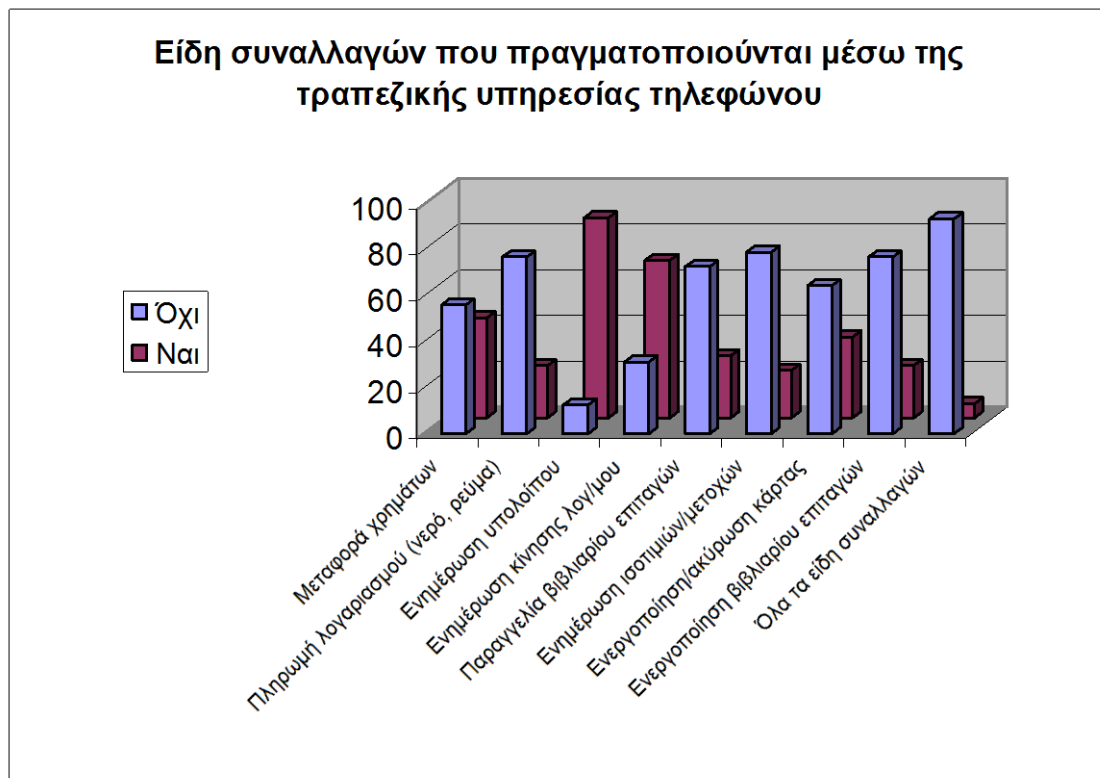
Η υπηρεσία η οποία έχει το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής είναι αυτή των λειτουργιών εξυπηρέτησης (τηλετράπεζα) με 95,8% (Πίνακας 1.117), ακολουθεί το αυτοματοποιημένο σύστημα εξυπηρέτησης μέσω τηλεφωνικής συσκευής με 29,2% (Πίνακας 1.118) και τέλος η υπηρεσία μέσω κινητού τηλεφώνου με 25% (Πίνακας 1.119).

Σχετικά με τα είδη των συναλλαγών που οι καταναλωτές πραγματοποιούν μέσω τηλεφώνου ισχύουν τα πιο κάτω. Μεταφορά χρημάτων πραγματοποιεί το 43,8% (Πίνακας 1.120), ενώ πληρωμή λογαριασμού, δηλαδή νερού, ηλεκτρικού ρεύματος πραγματοποιεί το 22,9% (Πίνακας 1.121). Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (87,5%) δήλωσε ότι τη χρησιμοποιεί για να ενημερώνετε για τα

υπόλοιπα των λογαριασμών του (Πίνακας 1.122), ενώ το αμέσως επόμενο (68,8%) είναι η ενημέρωση σχετικά με τη κίνηση του λογαριασμού (Πίνακας 1.123). Λίγο περισσότερο από το 1/4 των χρηστών (27,1%) είναι αυτοί που παραγγέλνουν βιβλιάρια επιταγών μέσω τηλεφώνου (Πίνακας 1.124) και 20,8% αυτοί που ενημερώνονται για τις τιμές των ξένων νομισμάτων και μετοχών (Πίνακας 1.125). Το 35,4% χρησιμοποιεί τη συγκεκριμένη υπηρεσία για να ενεργοποιήσει ή να ακυρώσει κάποια κάρτα που έχει (Πίνακας 1.1226), ενώ το 22,9% τη χρησιμοποιεί για να ενεργοποιήσει βιβλιάρια επιταγών (Πίνακας 1.127). Τέλος το 6,3% των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου δήλωσε ότι πραγματοποιεί όλα τα είδη συναλλαγών μέσω αυτού (Πίνακας 1.128).

Παρατηρώντας και το Διάγραμμα 14 όπου παρουσιάζονται συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα όσον αφορά τα είδη των συναλλαγών που οι καταναλωτές πραγματοποιούν μέσω τηλεφώνου, διαπιστώνουμε ότι ενημερώνονται για τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, ενημερώνονται σχετικά με την κίνηση του λογαριασμού τους και τρίτο μεταφέρουν χρήματα.

Διάγραμμα 14



Σε ότι αφορά τους παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, η πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική αφού το ποσοστό της ανέρχεται στο 91,7% (Πίνακας 1.129), καθώς και η εξοικονόμηση χρόνου και κόπου η οποία έχει ακριβώς το ίδιο ποσοστό (Πίνακας 1.130). Σε αυτό το συμπέρασμα είχαν καταλήξει και οι Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004). Λιγότεροι από τους μισούς (41,7%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία λόγω του μειωμένου κόστους από τη χρήση, αφού έτσι πληρώνουν χαμηλότερα δικαιώματα στις τράπεζες (Πίνακας 1.131). Ενώ εδώ δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα σημαντικός ο παράγοντας αυτός, οι Howcroft *et al.* (2002) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι ο παράγοντας αυτός είναι από τους πιο σημαντικούς.

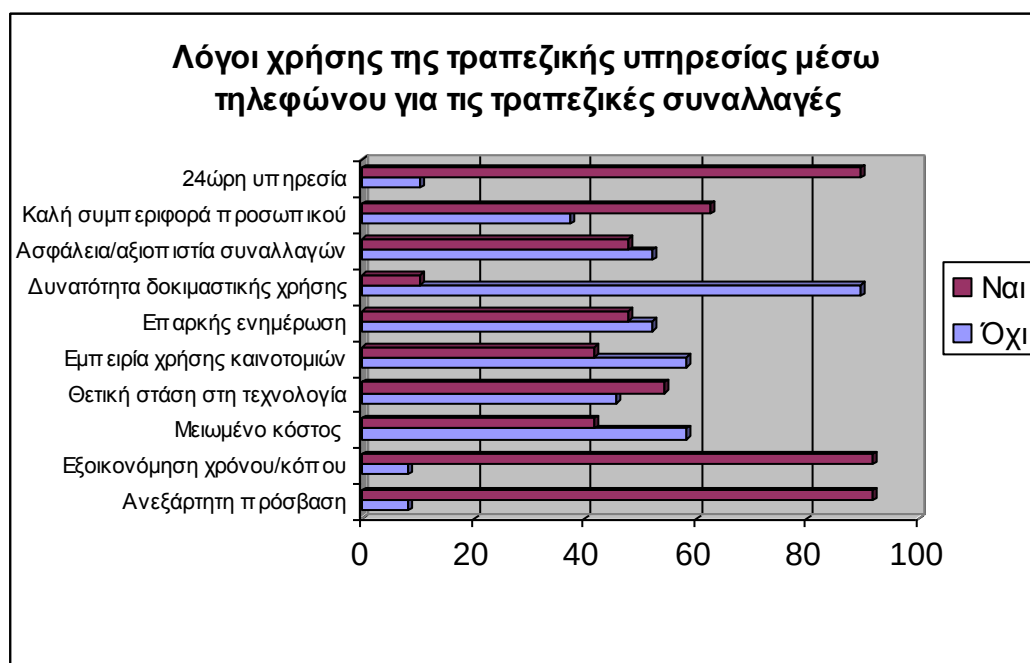
Σύμφωνα με τους Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004), η θετική στάση των καταναλωτών απέναντι στην τεχνολογία, η εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία, η επαρκής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της και η δυνατότητα δοκιμαστικής χρήσης αποτελούν σημαντικούς λόγους υιοθέτησης της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Στην παρούσα εργασία διαπιστώθηκε ότι πράγματι είναι σημαντικοί λόγοι οι πιο πάνω εκτός από αυτό της δυνατότητας για δοκιμαστική χρήση, αν και η Mattila (2003) διαπίστωσε ότι όταν οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα της δοκιμαστικής χρήσης, τότε πολύ πιθανόν να την υιοθετήσουν πιο εύκολα. Ειδικότερα, το 54,2% δήλωσε ότι χρησιμοποιεί την συγκεκριμένη υπηρεσία λόγω της θετικής του στάσης απέναντι στην τεχνολογία (Πίνακας 1.132), το 41,7% λόγω της εμπειρίας χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία (Πίνακας 1.133), το 47,9% λόγω επαρκής ενημέρωσης σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της (Πίνακας 1.134), ενώ μόλις το 10,4% λόγω της δυνατότητας δοκιμαστικής δοκιμής (Πίνακας 1.135). Γι' αυτό και δεν θεωρείται σημαντικός ο λόγος αυτός.

Επίσης, το 47,9% χρησιμοποιεί την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου λόγω της ασφάλειας και της αξιοπιστίας των συναλλαγών (Πίνακας 1.136). Διαπιστώνουμε λοιπόν ότι οι απόψεις των καταναλωτών διχάζονται όσον αφορά το θέμα αυτό. Μπορούμε να πούμε λοιπόν, ότι ο καταναλωτής ανάλογα με το πόσο ασφαλείς πιστεύει ότι είναι οι συναλλαγές που πραγματοποιεί, θα αποφασίσει να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία, σύμφωνα και με τους Luarn and Lin (2004).

Το 62,5% επιλέγει την υπηρεσία αυτή λόγω της καλής συμπεριφοράς του προσωπικού (Πίνακας 1.137) και το 89,6% λόγω του ότι η υπηρεσία είναι εικοσιτετράωρη (Πίνακας 1.138). Το ποσοστό του τελευταίου λόγου είναι πολύ υψηλό, με αποτέλεσμα να θεωρείται ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών εργασιών μέσω τηλεφώνου, σύμφωνα και με τους Howcroft *et al.* (2002).

Συνοψίζοντας τους παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου και από το Διάγραμμα 15 που ακολουθεί, διαπιστώνουμε ότι οι σημαντικότεροι λόγοι είναι η πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο, η εξοικονόμηση χρόνου και κόπου και το γεγονός ότι η υπηρεσία είναι εικοσιτετράωρη. Ο παράγοντας με τη μικρότερη επίδραση είναι η δυνατότητα της δοκιμαστικής χρήσης.

Διάγραμμα 15



Όσον αφορά τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση των τραπεζικών εργασιών μέσω τηλεφώνου τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται πιο κάτω. Η αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία αποτελεί λόγο για το 13,9% των ερωτηθέντων (Πίνακας 1.139), ενώ η ελλιπής εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία για το 36,8% (Πίνακας 1.140). Σύμφωνα με τη Mattila (2003) η στάση των καταναλωτών απέναντι στην τεχνολογία, η υποδομή που έχουν και η σχέση τους με προηγούμενες καινοτομίες επιδρούν σημαντικά στην

υιοθέτηση ή όχι της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Από τη συγκεκριμένη έρευνα διαπιστώνουμε ότι πιο σημαντικός λόγος είναι η έλλειψη εμπειριών σχετικών με την τεχνολογία και πολύ λιγότερο λόγω αρνητικής στάσης απέναντι στην τεχνολογία.

Η έλλιπής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της, σύμφωνα και με τη Mattila (2003), παίζει και αυτή σημαντικό ρόλο. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν 70,9% των καταναλωτών που δεν χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία είναι γιατί δεν είναι αρκετά ενημερωμένα για αυτή (Πίνακας 1.141).

Η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών είναι σύμφωνα με τους Howcroft *et al.* (2002) και Mattila (2003), από τους σημαντικότερους αποτρεπτικούς παράγοντες όσον αφορά την υιοθέτηση της υπηρεσίας τηλεφώνου από τους καταναλωτές. Στη συγκεκριμένη έρευνα το 55% των ατόμων που δεν είναι χρήστες της υπηρεσίας, δηλώνουν ότι αυτό συμβαίνει λόγω της πιθανότητας να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών (Πίνακας 1.142).

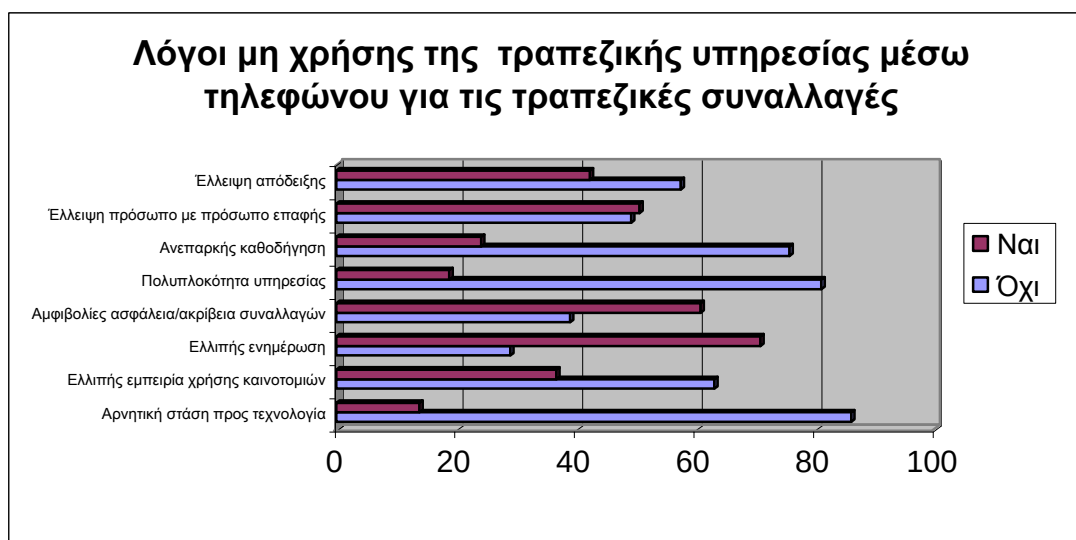
Επίσης, το 60,9% των ερωτηθέντων δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή λόγω των αμφιβολιών τους για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών αυτών (Πίνακας 1.143). Επίσης οι Howcroft *et al.* (2002), Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004), υποστηρίζουν ότι η μη ασφάλεια και εμπιστοσύνη των υπηρεσιών από τους καταναλωτές, είναι σημαντικός ανατρεπτικός παράγοντας υιοθέτησης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου.

Η πολυπλοκότητα της υπηρεσίας είναι ο λόγος όπου το 18,9% των καταναλωτών δεν τη χρησιμοποιούν (Πίνακας 1.144). Παρόλο που οι Mattila (2003) και Luarn and Lin (2004) υποστηρίζουν ότι η πολυπλοκότητα της υπηρεσίας είναι ένας από τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας, το αποτέλεσμα της παρούσας έρευνας δείχνει ότι η πολυπλοκότητα δεν είναι από τους ιδιαίτερα σημαντικούς παράγοντες. Τα ίδια ισχύουν και για την ανεπαρκή καθοδήγηση, για την οποία το 24,2% δήλωσε ότι αποτελεί λόγο μη χρήσης της υπηρεσίας (Πίνακας 1.145).

Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας είναι σημαντικός παράγοντας για το 50,7% (Πίνακας 1.146) και η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές για το 42,4% (Πίνακας 1.147).

Συγκεντρωτικά οι λόγοι που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, είναι όπως φαίνεται και στο Διάγραμμα 16 η ελλιπής ενημέρωση για τη συγκεκριμένη υπηρεσία, οι αμφιβολίες που έχουν για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω αυτής καθώς και το γεγονός ότι δεν έρχονται πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με το προσωπικό της τράπεζας. Ο παράγοντας με τη μικρότερη επίδραση φαίνεται να είναι η αρνητική στάση των καταναλωτών προς τη τεχνολογία.

Διάγραμμα 16



Όσον αφορά τη μελλοντική πρόθεση χρήσης των καταναλωτών σε σχέση με την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, τα αποτελέσματα είναι αρκετά καλά. Ειδικότερα, το 28,8%% από αυτούς που δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία δήλωσαν ότι στο μέλλον προτίθενται να την χρησιμοποιήσουν (Πίνακας 1.148), ενώ το 83,3% όσων ήδη τη χρησιμοποιήσουν δήλωσαν ότι στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της (Πίνακας 1.149).

Στον Πίνακα 2.30 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα όσον αφορά τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα υποκαταστήματα των τραπεζών και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου. Από το 98,6% των ερωτηθέντων που χρησιμοποιούν τα τραπεζικά υποκαταστήματα για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, μόνο το 13,7% χρησιμοποιεί παράλληλα και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου.

Τέλος, στη σχέση μεταξύ των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) και της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, από το 64,9% που χρησιμοποιεί τα

ΑΤΜ το 12,9% χρησιμοποιεί παράλληλα και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, ενώ σχεδόν όλοι που δεν χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ δεν χρησιμοποιούν ούτε την άλλη υπηρεσία εκτός από 3 άτομα (Πίνακας 2.31).

8.5 Υποδείγματα παλινδρόμησης για τη χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών

Σύμφωνα με το θεωρητικό πλαίσιο, είναι δυνατό να εκτιμηθούν υποδείγματα που θα αφορούν τη χρήση των τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές, και συγκεκριμένα των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ΑΤΜ), της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Internet Banking) και της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου (σταθερού και κινητού). Έτσι σε μία προσπάθεια να διερευνηθούν τα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών για χρήση ή όχι της κάθε μία από αυτές τις υπηρεσίες, θα εκτιμηθεί ένα τελικό υπόδειγμα για την κάθε υπηρεσία, μέσω της λογιστικής παλινδρόμησης (Binary Logistic Regression). Επίσης με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) θα εκτιμηθούν τρία τελικά υποδείγματα για την κάθε υπηρεσία, σχετικά με τα είδη των συναλλαγών τους που εκτελούν οι καταναλωτές, με τους παράγοντες που ενθαρρύνουν όπως και τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την χρήση των συγκεκριμένων τραπεζικών υπηρεσιών.

Για την εκτίμηση των τριών υποδειγμάτων, που στόχο έχουν τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των ατόμων που χρησιμοποιούν τις συγκεκριμένες τραπεζικές υπηρεσίες, χρησιμοποιήθηκε η λογιστική παλινδρόμηση. Η επιλογή της λογιστικής παλινδρόμησης επιβάλλεται, επειδή η εξαρτημένη μεταβλητή είναι διχοτομική (binary), δηλαδή έχει τη μορφή ψευδομεταβλητής, η οποία έχει την τιμή ένα (1) όταν τα άτομα χρησιμοποιούν την συγκεκριμένη υπηρεσία και την τιμή μηδέν (0) όταν δεν τη χρησιμοποιούν. Η χρήση της κάθε υπηρεσίας βασίζεται στη δημιουργία ενός γραμμικού μοντέλου και συγκεκριμένα στον προσδιορισμό των τιμών που παίρνουν οι συντελεστές ενός συνόλου ανεξάρτητων μεταβλητών που χρησιμοποιούνται ως μεταβλητές πρόβλεψης (predictor variables). Εκτός από την πρόβλεψη, ένα μοντέλο λογιστικής παλινδρόμησης δίνει τη δυνατότητα να εκτιμήσουμε την επίδραση κάθε ανεξάρτητης μεταβλητής στη διαμόρφωση των τιμών της εξαρτημένης μεταβλητής. Η εκτίμηση αυτή γίνεται με τη μέθοδο της Μέγιστης Πιθανοφάνειας (Maximum Likelihood), σύμφωνα με την οποία οι τιμές των συντελεστών των ανεξάρτητων μεταβλητών,

είναι αυτές που κάνουν τις παρατηρούμενες τιμές της εξαρτημένης μεταβλητής πιο πιθανές βάσει του υποδείγματος (Σιάρδος 2000).

Η πιο διαδεδομένη συναρτησιακή έκφραση της λογιστικής παλινδρόμησης είναι:

$$\text{Ln(odds)} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_kX_k$$

Το δεξί μέρος της εξίσωσης δημιουργείται από ένα γραμμικό συνδυασμό των ανεξάρτητων μεταβλητών που συμμετέχουν στο μοντέλο παλινδρόμησης. Το αριστερό μέρος περιέχει τις τιμές της εξαρτημένης μεταβλητής με τη μορφή του λογαρίθμου των πιθανοτήτων (odds), δηλαδή του λογαρίθμου της σχέσης:

$$\text{odds} = p/(1-p),$$

όπου p είναι η πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν οι καταναλωτές την συγκεκριμένη τραπεζική υπηρεσία για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, ενώ $(1-p)$ είναι προφανώς η πιθανότητα να μην τη χρησιμοποιήσουν (Σιάρδος 2000).

Η ερμηνεία των συντελεστών της λογιστικής παλινδρόμησης αναφέρεται στη μεταβολή του λόγου των λογαρίθμων των πιθανοτήτων να συμβεί ή όχι αυτό που περιγράφει η εξαρτημένη μεταβλητή, στη συγκεκριμένη περίπτωση η χρησιμοποίηση της κάθε τραπεζικής υπηρεσίας στην οποία αναφέρεται το κάθε υπόδειγμα, από μία μοναδιαία μεταβολή της ανεξάρτητης μεταβλητής.

Η τιμή του συντελεστή και το πρόσημο του σχετίζεται με την τιμή που έχει ο λόγος πιθανοτήτων. Δηλαδή όταν ο συντελεστής είναι θετικός αριθμός, ο λόγος των πιθανοτήτων είναι μεγαλύτερος της μονάδας που σημαίνει ότι ο λόγος αυξάνεται και επομένως αυξάνεται η πιθανότητα τα άτομα να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη τραπεζική υπηρεσία για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Όταν ο συντελεστής είναι αρνητικός αριθμός τότε ο λόγος των πιθανοτήτων είναι μικρότερος της μονάδας και επομένως η πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας είναι μικρότερη. Τέλος, όταν ο συντελεστής είναι μηδέν τότε ο λόγος θα ισούται με την μονάδα, άρα δεν θα υπάρχει καμία μεταβολή στο λόγο πιθανοτήτων.

8.5.1 Υποδείγματα παλινδρόμησης για τη χρήση των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

Έτσι λοιπόν στο πρώτο υπόδειγμα, το οποίο πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της λογιστικής παλινδρόμησης, και στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των ατόμων που χρησιμοποιούν τις

Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, η συνάρτηση χρήσης των ATM είναι η ακόλουθη:

$$\text{Atmuse} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} + b_8\text{married} + b_9\text{income} + \varepsilon_i,$$

όπου Atmuse : αποτελεί ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί τα ATM για την πραγματοποίηση των τραπεζικών του συναλλαγών και την τιμή μηδέν (0) όταν δεν τα χρησιμοποιεί

sex : το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age : η ηλικία του ερωτώμενου

lykio : αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep : αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi : αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik : αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single : αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married : αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income : το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ε_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 9 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των λογιστικών παλινδρομήσεων για τη χρήση των ATM. Στο Υπόδειγμα 1

περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, στο Υπόδειγμα 2 μόνο οι στατιστικά σημαντικές και το ίδιο ισχύει και για το Υπόδειγμα 3, το οποίο είναι και το τελικό.

Πίνακας 9: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης των ΑΤΜ

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2	Υπόδειγμα 3
Σταθερά	-1,996 (0,611)	-2,953 (1,443)	-4,113* (3,451)
sex	0,536* (3,286)	0,476* (2,709)	0,441 (2,367)
age	-0,112*** (42,212)	-0,111*** (45,529)	-0,102*** (51,513)
lykio	0,836** (4,762)	0,828** (4,795)	0,872** (5,408)
panep	1,274*** (11,379)	1,380*** (14,277)	1,386*** (14,519)
dimosioi	0,674 (2,598)	-	-
idiotik	-0,155 (0,205)	-	-
single	-1,180* (3,540)	-0,460 (1,194)	-
married	-0,831 (2,476)	-	-
income	0,966*** (6,988)	1,002*** (1,443)	1,108*** (10,805)
R ² (Nagelkerke)	0,457	0,437	0,434
2Log likelihood	-312,626	-319,947	-321,143
Hosmer and Lemeshow	10,644	5,455	10,201

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής wald

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 3), η εκτιμώμενη συνάρτηση χρήσης των ΑΤΜ είναι η ακόλουθη:

$$Atmuse = - 4,113 - 0,102age + 0,872lykio + 1,386panep + 1,108income$$

Ακόμη, προκειμένου να διερευνηθεί η καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης λήφθηκαν υπόψη κάποια μέτρα, όπως ο

έλεγχος της τιμής χ^2 , η εκτίμηση του βαθμού ορθής ταξινόμησης των παρατηρήσεων και ο έλεγχος των Hosmer και Lemeshow. Συγκεκριμένα, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 στόχο έχει να ελέγξει τη μηδενική υπόθεση ότι οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο στάδιο είναι μηδενικοί. Επίσης, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 είναι ανάλογος με εκείνον της μεταβολής F στην κλασική πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. Στο Υπόδειγμα 3, το χ^2 έχει τιμή 132,685 με p-value =0,000, με αποτέλεσμα να απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο στάδιο είναι μηδενικοί. Στη συνέχεια, από τον πίνακα ταξινόμησης των παρατηρήσεων ως προς την πιθανότητα χρήσης των ATM από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, διαπιστώνεται το 89,4% που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές ορθώς προβλέφθηκαν ότι τα χρησιμοποιούν. Από το γεγονός αυτό συμπεραίνουμε ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης είναι πολύ καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα. Τέλος, από τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow, ο οποίος χρησιμοποιεί το στατιστικό C, διαπιστώνουμε την καλή προσαρμογή των δεδομένων, δηλαδή καλή προσαρμογή της ποσοστιαίας κατανομής των παρατηρήσεων σε ομάδες. Συγκεκριμένα, στο Υπόδειγμα 3 για τη χρήση των ATM κατά τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow το χ^2 έχει τιμή 10,201 με p-value =0,251, το οποίο είναι μεγαλύτερο από το 0,05, γεγονός το οποίο επιτρέπει τη διαπίστωση ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης για τη χρήση των ATM είναι καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα τρία υποδείγματα που αφορούν τη χρήση των ATM διαπιστώνουμε ότι το πρόσημο των ερμηνευτικών μεταβλητών είναι αυτό που αναμενόταν σύμφωνα και με τη θεωρία, ακόμη και σε κάποιες περιπτώσεις όπου οι μεταβλητές δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Σύμφωνα με το Υπόδειγμα 3, το οποίο είναι και το τελικό όσον αφορά τη χρήση των ATM, οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για τη χρήση των ATM, είναι η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα των καταναλωτών.

Όσον αφορά τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ αυτού και της χρήσης των ATM. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών, τόσο μειώνεται η πιθανότητα χρήσης των ATM για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και χρήσης των ATM είναι θετική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι λυκείου έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν τα ATM σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, ενώ το ίδιο συμβαίνει και με τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου, αλλά σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Στο συμπέρασμα ότι το μορφωτικό επίπεδο έχει άμεση σχέση με τη επιλογή χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) από τους καταναλωτές, αφού όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών τόσο πιο μεγάλα είναι τα ποσοστά συμμετοχής στη χρήση των ATM, κατέληξαν και οι Pepermans *et al.* (1996), Joseph and Stone (2003) και Colonia – Willner (2004).

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τη χρήση των ATM αναδεικνύεται και το εισόδημα των καταναλωτών, αφού σε επίπεδο σημαντικότητας 1% παρατηρήθηκε ότι μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης των ATM έχουν τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα. Στο ίδιο συμπέρασμα είχαν καταλήξει και οι Pepermans, *et al.* (1996) και Joseph and Stone (2003).

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών περιλαμβάνει άτομα νεαρής ηλικίας, μορφωμένα και με υψηλό εισόδημα.

Στη συνέχεια, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν μέσω των ATM. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω των ATM είναι η ακόλουθη:

$$\text{sinatm} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} + b_8\text{married} + b_9\text{income} + b_{10}\text{atmuse1} + b_{10}\text{atmuse2} + \varepsilon_i,$$

όπου sinatm : το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν πραγματοποιεί κανένα είδος συναλλαγής μέσω των ATM, την τιμή 1 όταν πραγματοποιεί ένα είδος συναλλαγής κλπ, ενώ την τιμή 10 την παίρνει όταν πραγματοποιεί και τα δέκα είδη συναλλαγών που προσφέρουν οι ATM.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

atmuse1: αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης των ATM, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα χρησιμοποιούν τα ATM μία φορά την εβδομάδα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

atmuse2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης των ATM, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα χρησιμοποιούν τα ATM δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 10 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών

που πραγματοποιούν μέσω των ATM χρήση των ATM. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 10: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-0,336 (-0,116)	1,266*** (3,214)
sex	0,513** (2,591)	0,509*** (2,634)
age	-0,023** (-2,045)	-0,021** (-2,541)
lykio	0,011 (0,037)	-
panep	0,578** (2,039)	0,624*** (3,055)
dimosioi	0,121 (0,434)	-
idiotik	-0,025 (-0,102)	-
single	-0,064 (-0,174)	-
married	-0,091 (-0,288)	-
income	0,258 (1,081)	-
atmuse1	2,119*** (8,129)	2,176*** (8,513)
atmuse2	1,893*** (7,319)	1,976*** (7,955)
R ²	36,2	35,8
R ² (adjusted)	34,1	34,9
F	17,418***	38,389***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM είναι η ακόλουθη:

$$\text{sinatm} = 1,266 + 0,509\text{sex} - 0,021\text{age} + 0,624\text{panep} + 2,176\text{atmuse1} + 1,976 \text{ atmuse2}$$

Από τον Πίνακα 10 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι ίση με 35,8% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 35,8% της διακύμανσης του συνόλου των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 34,9%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 38,389, η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Για το λόγο αυτό απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν και ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM είναι το φύλο, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών, καθώς και η συχνότητα χρήσης των ATM.

Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω των ATM σε σχέση με τις γυναίκες, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Όσον αφορά τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ αυτής και του αριθμού των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών μειώνονται τα είδη των συναλλαγών που εκτελούν μέσω των ATM, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του αριθμού των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM είναι θετική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω των ATM απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Όσον αφορά τα άτομα τα οποία

είναι απόφοιτοι λυκείου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή αυτή, διαπιστώνουμε ότι πάλι το πρόσημο είναι θετικό.

Σχετικά με την επίδραση της συχνότητας χρήσης των ATM, εκτιμάται ότι όσο πιο συχνά χρησιμοποιεί ένας καταναλωτής τα ATM, τόσο πιο πολλά είναι τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιεί μέσω των ATM. Ειδικότερα διαπιστώθηκε ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν τα ATM μία ή και περισσότερες φορές την εβδομάδα πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών σε σχέση με τα άτομα που τα χρησιμοποιούν λιγότερο, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω των ATM, είναι το φύλο, η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών, καθώς και η συχνότητα χρήσης των ATM.

Ακολουθώντας, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση των ATM. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση των ATM είναι η ακόλουθη:

$$\text{luseatm} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} + b_8\text{married} + b_9\text{income} + \varepsilon_i,$$

όπου luseatm : το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν θετικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα ενθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού δεν χρησιμοποιεί καθόλου τα ATM, την τιμή 1 όταν δηλώσει ένα ενθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 10 την παίρνει όταν χρησιμοποιεί τα ATM και για τους δέκα λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex : το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age : η ηλικία του ερωτώμενου

lykio : αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 11 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση των ΑΤΜ. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 11: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση των ATM

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	1,155 (0,386)	1,085 (0,436)
sex	0,092 (0,266)	-
age	-0,130*** (-7,069)	-0,131*** (-9,722)
lykio	0,121 (0,241)	-
panep	1,093** (2,227)	1,071*** (3,047)
dimosioi	0,096 (0,198)	-
idiotik	-0,408 (-0,961)	-
single	-0,556 (-0,869)	-
married	-0,709 (-1,306)	-
income	1,149*** (2,808)	1,073*** (2,935)
R ²	29,0	53,2
R ² (adjusted)	27,2	28,3
F	15,464***	45,599***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ενθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση των ATM είναι η ακόλουθη:

$$luseatm = 1,085 - 0,131age + 1,071panep + 1,073 income$$

Από τον Πίνακα 11 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R² είναι ίση με 53,2% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 53,2% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν τα ATM, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R²

(adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 28,3%, η οποία είναι αρκετά μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 45,599, η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν, και συνεπώς ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν τα ATM, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα των καταναλωτών.

Αναλυτικότερα, σχετικά με τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ αυτής και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών μειώνονται οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα ATM, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές είναι θετική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου χρησιμοποιούν τα ATM για περισσότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Όσον αφορά τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι λυκείου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή αυτή, διαπιστώνουμε ότι πάλι το πρόσημο είναι θετικό.

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση των ATM αναδεικνύεται και το εισόδημα των καταναλωτών, αφού σε επίπεδο σημαντικότητας 1% παρατηρήθηκε ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα χρησιμοποιούν τα ATM για περισσότερους λόγους από τα άλλα άτομα.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν τα ATM για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, επηρεάζεται από την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα των καταναλωτών.

Με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε ένα ακόμη τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση των ΑΤΜ. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση των ΑΤΜ είναι η ακόλουθη:

$$\ln use_{atm} = b_0 + b_1 sex + b_2 age + b_3 lykio + b_4 panep + b_5 dimosioi + b_6 idiotik + b_7 single + b_8 married + b_9 income + \varepsilon_i,$$

όπου $\ln use_{atm}$: το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν αρνητικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν τα ΑΤΜ για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα αποθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ για τις συναλλαγές του, την τιμή 1 όταν δηλώσει ένα αποθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 10 την παίρνει όταν δεν χρησιμοποιεί τα ΑΤΜ και για τους δέκα λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 12 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση των ATM. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 12: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση των ATM

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	2,226 (1,617)	2,438** (2,122)
sex	-0,049 (-0,312)	-
age	0,049*** (5,722)	0,051*** (8,158)
lykio	-0,344 (-1,487)	-
panep	-0,516** (-2,282)	-0,353** (-2,173)
dimosioi	-0,219 (-0,975)	-
idiotik	0,081 (0,414)	-
single	0,286 (0,972)	-
married	0,212 (0,849)	-
income	-0,425** (-2,258)	-0,473*** (-2,797)
R ²	22,6	21,3
R ² (adjusted)	20,5	20,6
F	11,030***	31,220***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση των ΑΤΜ είναι η ακόλουθη:

$$\ln use_{atm} = 2,438 + 0,051age - 0,353panep - 0,473 income$$

Από τον Πίνακα 12 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι ίση με 21,3% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 21,3% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν τα ΑΤΜ, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 20,6%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 31,220 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι αφού δεν είναι οι μεταβλητές ίσες με το μηδέν συνεπώς υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Από την εκτίμηση του πιο πάνω υποδείγματος για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων στην απόφαση χρήσης των ΑΤΜ από πλευράς καταναλωτών, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το πρόσημο σχεδόν όλων των εκτιμώμενων συντελεστών της παλινδρόμησης είναι το αναμενόμενο, τόσο για αυτές που είναι στατιστικά σημαντικές όσο και για τις υπόλοιπες. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα των καταναλωτών.

Αναλυτικότερα, σχετικά με τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ αυτής και του αριθμού των παραγόντων που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών αυξάνονται και οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τα ΑΤΜ, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να μην χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για τις τραπεζικές τους συναλλαγές είναι αρνητική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου δεν χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για λιγότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Όσον αφορά τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι λυκείου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή αυτή, διαπιστώνουμε ότι πάλι το πρόσημο είναι αρνητικό.

Σχετικά με την επίδραση του εισοδήματος, εκτιμάται ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα δεν χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στο να μην χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, επηρεάζεται από την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα των καταναλωτών.

8.5.1 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

Όσον αφορά την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking), πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της λογιστικής παλινδρόμησης ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Η συνάρτηση χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) είναι η ακόλουθη:

$$\text{tinter} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} \\ + b_8\text{married} + b_9\text{income} + b_{10}\text{knowpc} + b_{11}\text{knowpc2} + \varepsilon_i,$$

όπου tinter: αποτελεί ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική για την πραγματοποίηση των τραπεζικών του συναλλαγών και την τιμή μηδέν (0) όταν δεν τη χρησιμοποιεί

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

knowpc: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν πολύ καλές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

knowpc2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν εξαιρετικές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 13 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των λογιστικών παλινδρομήσεων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet

banking). Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 13: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-6,631** (5,089)	-8,612*** (12,187)
sex	0,892** (6,774)	0,804** (6,255)
age	-0,009 (0,182)	-
lykio	-0,046 (0,008)	-
panep	0,167 (0,132)	-
dimosioi	0,223 (0,196)	-
idiotik	0,994** (5,335)	0,995*** (9,947)
single	-0,451 (0,537)	-
married	0,131 (0,065)	-
income	0,507 (1,583)	0,764** (4,735)
knowpc	1,604*** (14,672)	1,678*** (22,405)
knowpc2	2,661*** (28,709)	2,620*** (37,991)
R ² (Nagelkerke)	0,343	0,334
2Log likelihood	-264,717	-267,260
Hosmer and Lemeshow	20,265	13,964

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής wald

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) είναι η ακόλουθη:

$$tinter = - 8,612 + 0,804sex + 0,995idiotik + 0,764income + 1,678knowpc + 2,620knowpc2$$

Ακόμη, προκειμένου να διερευνηθεί η καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης λήφθηκαν υπόψη κάποια μέτρα, όπως ο έλεγχος της τιμής χ^2 , η εκτίμηση του βαθμού ορθής ταξινόμησης των παρατηρήσεων και ο έλεγχος των Hosmer και Lemeshow. Συγκεκριμένα, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 στόχο έχει να ελέγξει τη μηδενική υπόθεση ότι οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο στάδιο είναι μηδενικοί. Επίσης, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 είναι ανάλογος με εκείνον της μεταβολής F στην κλασική πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. Στο Υπόδειγμα 2, το χ^2 έχει τιμή 83,022 με p-value =0,000, με αποτέλεσμα να απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο στάδιο είναι μηδενικοί. Στη συνέχεια, από τον πίνακα ταξινόμησης των παρατηρήσεων ως προς την πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, διαπιστώνεται το 41,4% που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές ορθώς προβλέφθηκαν ότι τη χρησιμοποιούν. Από το γεγονός αυτό συμπεραίνουμε ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης δεν είναι και πολύ καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα. Τέλος, από τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow, ο οποίος χρησιμοποιεί το στατιστικό C, διαπιστώνουμε την καλή προσαρμογή των δεδομένων, δηλαδή καλή προσαρμογή της ποσοστιαίας κατανομής των παρατηρήσεων σε ομάδες. Συγκεκριμένα, στο Υπόδειγμα 2 για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής κατά τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow το χ^2 έχει τιμή 13,964 με p-value =0,052, το οποίο είναι μεγαλύτερο από το 0,05 γεγονός το οποίο επιτρέπει τη διαπίστωση ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής διαπιστώνουμε ότι το πρόσημο των ερμηνευτικών μεταβλητών είναι αυτό που αναμενόταν σύμφωνα και με τη θεωρία, ακόμη και σε κάποιες περιπτώσεις όπου οι μεταβλητές δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Σύμφωνα με το Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό όσον αφορά τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά

σημαντικές για τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι το φύλο, το επάγγελμα και το εισόδημα των καταναλωτών, καθώς και ο βαθμός γνώσεων – χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Όσον αφορά τον παράγοντα φύλο, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών από τις γυναίκες, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Στο ίδιο συμπέρασμα είχαν καταλήξει και οι Akinci *et al.* (2004).

Σχετικά με την επίδραση του επαγγέλματος των καταναλωτών, διαπιστώθηκε ότι μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι απ' ότι οι υπόλοιποι καταναλωτές. Η θετική αυτή σχέση μεταξύ επαγγέλματος και χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Σύμφωνα με τους Karjaluoto *et al.* (2002), Karjaluoto *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004) τα άτομα που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική είναι άτομα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, συμπέρασμα με το οποίο συμφωνούν και τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, παρόλο που η μεταβλητή για τους δημοσίους υπαλλήλους δεν είναι στατιστικά σημαντική, το θετικό της πρόσημο υποδηλώνει ότι έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας αυτής.

Η σχέση μεταξύ εισοδήματος και χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι θετική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι όσο αυξάνεται το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ατόμων τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Η άποψη των Karjaluoto *et al.* (2002), Karjaluoto *et al.* (2003) και Al-Sabbagh and Molla (2004) ότι οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι άτομα με υψηλό οικογενειακό εισόδημα επιβεβαιώνεται και με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας.

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής αναδεικνύεται και η εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών των καταναλωτών, αφού σε επίπεδο σημαντικότητας 1% παρατηρήθηκε ότι μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν τα άτομα με πολύ καλές και εξαιρετικές γνώσεις – χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Το αποτέλεσμα της παρούσας έρευνας είναι σύμφωνο με αυτό των Ramaswami *et al.* (1998), Karjaluoto

et al. (2002) και *Wang et al.* (2003), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι η εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει πολύ μεγάλη επίδραση στη στάση και συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου, αφού όσο μεγαλώνει ο βαθμός χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, τόσο αυξάνονται και τα ποσοστά των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου.

Όσον αφορά τον παράγοντα του μορφωτικού επιπέδου, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας μπορεί να δείχνουν ότι δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή, όμως το πρόσημο της είναι θετικό, γεγονός το οποίο δείχνει τη θετική σχέση που υπάρχει μεταξύ του μορφωτικού επιπέδου και της χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Επομένως, τα αποτελέσματα φαίνεται να είναι σύμφωνα με τις έρευνες των *Karjaluoto et al.* (2002), *Karjaluoto et al.* (2003) και *Al-Sabbagh and Molla* (2004), οι οποίοι υποστηρίζουν ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου είναι μορφωμένα.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (*internet banking*) περιλαμβάνει κυρίως άνδρες με υψηλό εισόδημα που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα και που έχουν μεγάλες γνώσεις – εμπειρία χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Στη συνέχεια, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (*Linear Regression*) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιούν μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (*internet banking*). Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$ibsin = b_0 + b_1sex + b_2age + b_3lykio + b_4panep + b_5dimosioi + b_6idiotik + b_7single + b_8married + b_9income + b_{10}knowpc + b_{11}knowpc2 + b_{12}ibuse1 + b_{13}ibuse2 + \varepsilon_i,$$

όπου *ibsin*: το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν πραγματοποιεί κανένα είδος συναλλαγής μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, την τιμή 1 όταν πραγματοποιεί ένα είδος συναλλαγής κλπ, ενώ την τιμή 10 την παίρνει όταν πραγματοποιεί και τα δέκα

είδη συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

knowpc: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν πολύ καλές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

knowpc2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν εξαιρετικές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ibuse1: αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή μία φορά την εβδομάδα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ibuse2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα την χρησιμοποιούν αρκετές φορές την εβδομάδα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ε_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 14 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 14: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-1,812 (-1,411)	-2,453** (-2,281)
sex	0,386** (2,581)	0,377** (2,591)
age	-0,002 (-0,240)	-
lykio	-0,091 (-0,412)	-
panep	0,120 (0,558)	-
dimosioi	-0,235 (-1,116)	-
idiotik	0,404** (2,206)	0,543*** (3,650)
single	-0,449 (-1,631)	-
married	-0,207 (-0,889)	-
income	0,286 (1,609)	0,319** (2,043)
knowpc	0,557*** (2,869)	0,556*** (3,287)
knowpc2	1,828*** (6,748)	1,808*** (7,266)
ibuse1	2,897*** (10,332)	2,909*** (10,474)
ibuse2	3,864*** (10,282)	3,923*** (10,587)
R ²	57,7	57,1
R ² (adjusted)	56,0	56,2
F	35,194***	64,983***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$\text{ibsin} = - 2,453 + 0,377\text{sex} + 0,543 \text{ idiotik} + 0,319 \text{ income} + 0,556 \text{ knowpc} + 1,808 \\ \text{knowpc}^2 + 2,909 \text{ ibuse1} + 3,923 \text{ ibuse2}$$

Από τον Πίνακα 14 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι ίση με 57,1% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει το 57,1% της διακύμανσης του συνόλου των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 56,2%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 64,983 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Για το λόγο αυτό απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν και ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της υπηρεσίας αυτής είναι το φύλο, το επάγγελμα και το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών, καθώς επίσης οι γνώσεις τους – εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών και η συχνότητα χρήσης της υπηρεσίας.

Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε σχέση με τις γυναίκες, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Όσον αφορά το επάγγελμα των καταναλωτών, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα που εργάζονται στον ιδιωτικό τομέα πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε σχέση με τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής αναδεικνύεται και το εισόδημα των καταναλωτών, αφού σε επίπεδο σημαντικότητας 5% παρατηρήθηκε ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα πραγματοποιούν περισσότερα

είδη συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, σε σχέση με τα υπόλοιπα άτομα.

Επίσης, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με πολύ καλές και εξαιρετικές γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Σχετικά με την επίδραση της συχνότητας χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής, το αποτέλεσμα δεν είναι τόσο ξεκάθαρο, αφού διαπιστώθηκε ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική μία φορά την εβδομάδα, η οποία ήταν η μικρότερη συχνότητα χρήσης στο ερωτηματολόγιο, πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Το ίδιο ακριβώς διαπιστώθηκε και για τα άτομα που χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία αρκετές φορές την εβδομάδα, που αποτελεί τη μέση συχνότητα χρήσης σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι το φύλο, το επάγγελμα και το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών, καθώς επίσης οι γνώσεις τους – εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών και η συχνότητα χρήσης της υπηρεσίας.

Στη συνέχεια, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$luseib = b_0 + b_1sex + b_2age + b_3lykio + b_4panep + b_5dimosioi + b_6idiotik + b_7single + b_8 knowpc + b_9knowpc2,$$

όπου luseib: το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν θετικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι εικοσιένα (21). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα ενθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού δεν χρησιμοποιεί καθόλου την ηλεκτρονική τραπεζική, την τιμή 1

όταν δηλώσει ένα ενθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 21 την παίρνει όταν χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική και για όλους τους λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

knowpc: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν πολύ καλές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

knowpc2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το βαθμό χειρισμού ενός ηλεκτρονικού υπολογιστή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα έχουν εξαιρετικές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ει: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 15 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 15: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-1,775 (-0,389)	2,908** (2,200)
sex	0,802 (1,515)	0,847 (1,609)
age	-0,050* (-1,657)	-0,049* (-1,809)
lykio	-1,463* (-1,882)	-1,318* (-2,280)
panep	-0,271 (-0,356)	-
dimosioi	-0,110 (-0,148)	-
idiotik	1,549** (2,395)	1,538** (2,854)
single	-1,789* (-1,838)	-1,848** (-2,652)
married	-0,279 (-0,337)	-
income	0,749 (1,187)	-
knowpc	1,596** (2,339)	1,613** (2,403)
knowpc2	5,408*** (5,977)	5,607*** (6,353)
R ²	21,9	21,5
R ² (adjusted)	19,3	19,9
F	8,600***	13,397***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ενθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$\text{luseib} = 2,908 - 0,049\text{age} - 1,318 \text{ lykio} + 1,538 \text{ idiotik} - 1,848 \text{ single} + 1,613 \text{ knowpc} + 5,607 \text{ knowpc}^2$$

Από τον Πίνακα 15 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι ίση 21,5% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 21,5% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 19,9%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 13,397 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν, και συνεπώς ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα και η οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών, καθώς επίσης και οι γνώσεις τους – εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Αναλυτικότερα, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για περισσότερους λόγους απ' ότι οι γυναίκες. Δηλαδή, αναγνωρίζουν περισσότερα οφέλη από τη χρήση της γι' αυτό και επιλέγουν περισσότεροι να τη χρησιμοποιούν.

Σχετικά με τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ αυτής και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών μειώνονται οι

λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία, σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές συναλλαγές διαπιστώθηκε ότι είναι αρνητική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι λυκείου χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για λιγότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Όσον αφορά τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή αυτή, διαπιστώνουμε ότι πάλι το πρόσημο είναι αρνητικό, αποτέλεσμα το οποίο δεν ήταν το αναμενόμενο.

Όσον αφορά το επάγγελμα των καταναλωτών, διαπιστώθηκε ότι οι ιδιωτικοί υπάλληλοι χρησιμοποιούν για περισσότερους λόγους την ηλεκτρονική τραπεζική σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ακόμη, διαπιστώθηκε ότι τα ελεύθερα άτομα χρησιμοποιούν για λιγότερους λόγους την ηλεκτρονική τραπεζική σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής αναδεικνύεται και ο βαθμός των γνώσεων τους για το χειρισμό των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ειδικότερα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με πολύ καλές και εξαιρετικές γνώσεις χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για περισσότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και 1% αντίστοιχα.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές συναλλαγές, επηρεάζεται από το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, το επάγγελμα και την οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών, καθώς επίσης και από τις γνώσεις τους – εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε ένα ακόμη τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$\ln useib = b_0 + b_1sex + b_2age + b_3lykio + b_4panep + b_5dimosioi + b_6idiotik + b_7single + b_8married + b_9income + \varepsilon_i,$$

όπου $\ln useib$: το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν αρνητικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι έντεκα (11). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα αποθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική για τις συναλλαγές του, την τιμή 1 όταν δηλώσει ένα αποθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 11 την παίρνει όταν δεν χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τραπεζική και όλους τους λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex : το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age : η ηλικία του ερωτώμενου

$lykio$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$panep$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$dimosioi$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$idiotik$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$single$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$married$: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

$income$: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ε_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 16 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 16: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	6,265** (2,686)	8,178*** (4,157)
sex	-0,587** (-2,186)	-0,545** (-2,042)
age	0,021 (1,435)	0,015 (1,489)
lykio	0,471 (1,203)	-
panep	-0,207 (-0,540)	-
dimosioi	-0,336 (-0,883)	-
idiotik	-1,027** (-3,100)	-0,897*** (-3,324)
single	0,218 (0,437)	-
married	-0,182 (-0,430)	-
income	-0,436 (-1,364)	-0,710** (-2,491)
R ²	8,8	6,8
R ² (adjusted)	6,4	5,7
F	3,664***	6,278***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η ακόλουθη:

$$\text{Inuseib} = 8,178 - 0,545 \text{ sex} + 0,015 \text{ age} - 0,897 \text{ idiotik} - 0,710 \text{ income}$$

Από τον Πίνακα 16 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 είναι ίση με 6,8% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 6,8% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την ηλεκτρονική τραπεζική, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 5,7%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 6,278 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι αφού δεν είναι οι μεταβλητές ίσες με το μηδέν συνεπώς υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Από την εκτίμηση του πιο πάνω υποδείγματος για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων στην απόφαση χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από πλευράς καταναλωτών, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το πρόσημο σχεδόν όλων των εκτιμώμενων συντελεστών της παλινδρόμησης είναι το αναμενόμενο, τόσο για αυτές που είναι στατιστικά σημαντικές όσο και για τις υπόλοιπες. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι το φύλο, το επάγγελμα και το εισόδημα των καταναλωτών.

Ειδικότερα, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για λιγότερους λόγους από τις γυναίκες, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Διαπιστώθηκε επίσης ότι τα άτομα που δουλεύουν στον ιδιωτικό τομέα δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Η ίδια αρνητική σχέση ισχύει και για τα άτομα που είναι στο δημόσιο τομέα, παρόλο που η μεταβλητή αυτή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Σχετικά με την επίδραση του εισοδήματος, εκτιμάται ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στο να μην χρησιμοποιούν την

ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, επηρεάζεται από το φύλο, το επάγγελμα και το εισόδημα των καταναλωτών.

8.5.3 Υποδείγματα παλινδρομήσεων για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Όσον αφορά τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια της λογιστικής παλινδρόμησης ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών. Η συνάρτηση χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$tphone = b_0 + b_1sex + b_2age + b_3lykio + b_4panep + b_5dimosioi + b_6idiotik + b_7single + b_8married + b_9income + \varepsilon_i,$$

όπου tphone: αποτελεί ψευδομεταβλητή, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος χρησιμοποιεί την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την πραγματοποίηση των τραπεζικών του συναλλαγών και την τιμή μηδέν (0) όταν δεν τη χρησιμοποιεί

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 17 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των λογιστικών παλινδρομήσεων για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 17: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-10,330*** (8,132)	-9,652*** (8,126)
sex	0,932* (6,596)	1,012*** (8,104)
age	-0,080*** (11,616)	-0,082*** (16,048)
lykio	-0,958* (3,033)	-0,753* (3,276)
panep	-0,396 (0,709)	-
dimosioi	0,337 (0,406)	-
idiotik	0,553 (1,255)	-
single	-0,881 (2,101)	-0,843* (3,142)
married	-0,360 (0,497)	-
income	1,624*** (10,932)	1,513*** (10,223)
R ² (Nagelkerke)	0,221	0,207
2Log likelihood	-234,488	-237,400
Hosmer and Lemeshow	5,112	3,130

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής wald

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$tphone = -9,652 + 1,012sex - 0,082 age - 0,753 lykio - 0,843 single + 1,513income$$

Ακόμη, προκειμένου να διερευνηθεί η καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος λογιστικής παλινδρόμησης λήφθηκαν υπόψη κάποια μέτρα, όπως ο έλεγχος της τιμής χ^2 , η εκτίμηση του βαθμού ορθής ταξινόμησης των παρατηρήσεων και ο έλεγχος των Hosmer και Lemeshow. Συγκεκριμένα, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 στόχο έχει να ελέγξει τη μηδενική υπόθεση ότι οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο

στάδιο είναι μηδενικοί. Επίσης, ο έλεγχος βελτίωσης της τιμής χ^2 είναι ανάλογος με εκείνον της μεταβολής F στην κλασική πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. Στο Υπόδειγμα 2, το χ^2 έχει τιμή 42,420 με p-value =0,000, με αποτέλεσμα να απορρίπτουμε τη μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι συντελεστές της παλινδρόμησης των μεταβλητών που εισέρχονται στο υπόδειγμα κατά το τελευταίο στάδιο είναι μηδενικοί. Στη συνέχεια, από τον πίνακα ταξινόμησης των παρατηρήσεων ως προς την πιθανότητα χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου από τους καταναλωτές για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, διαπιστώνεται μόνο το 4,2% που επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τη συγκεκριμένη για τις τραπεζικές τους συναλλαγές ορθώς προβλέφθηκαν ότι τη χρησιμοποιούν. Από το γεγονός αυτό συμπεραίνουμε ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης δεν είναι και πολύ καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα. Τέλος, από τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow, ο οποίος χρησιμοποιεί το στατιστικό C, διαπιστώνουμε την καλή προσαρμογή των δεδομένων, δηλαδή καλή προσαρμογή της ποσοστιαίας κατανομής των παρατηρήσεων σε ομάδες. Συγκεκριμένα, στο Υπόδειγμα 2 για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής κατά τον έλεγχο Hosmer και Lemeshow το χ^2 έχει τιμή 3,130 με p-value =0,052, το οποίο είναι μεγαλύτερο από το 0,05 γεγονός το οποίο επιτρέπει τη διαπίστωση ότι το συγκεκριμένο υπόδειγμα της λογιστικής παλινδρόμησης για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι καλά προσαρμοσμένο στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου διαπιστώνουμε ότι το πρόσημο σχεδόν όλων των ερμηνευτικών μεταβλητών, με εξαίρεση αυτό του μορφωτικού επιπέδου και της οικογενειακής κατάστασης, είναι αυτό που αναμενόταν σύμφωνα και με τη θεωρία, ακόμη και σε κάποιες περιπτώσεις όπου οι μεταβλητές δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Σύμφωνα με το Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό όσον αφορά τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για τη χρήση της συγκεκριμένης υπηρεσίας είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση και το εισόδημα των καταναλωτών.

Όσον αφορά τον παράγοντα φύλο, διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου

για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών από τις γυναίκες, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Σχετικά με την επίδραση της ηλικίας, εκτιμάται ότι όσο αυξάνεται η ηλικία των ατόμων τόσο μειώνεται η πιθανότητα χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Μη αναμενόμενη ήταν η αρνητική σχέση που διαπιστώθηκε να υπάρχει μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Ειδικότερα, διαπιστώθηκε ότι οι απόφοιτοι λυκείου έχουν λιγότερες πιθανότητες να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία από τα άλλα άτομα σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Το ίδιο πρόσημο υπάρχει και για τους απόφοιτους Πανεπιστημίου και Κολεγίου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή.

Μη αναμενόμενη ήταν επίσης η αρνητική σχέση που φάνηκε να υπάρχει μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, αφού η πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας από τα ελεύθερα άτομα είναι μικρότερη εν συγκρίσει με τις υπόλοιπες καταναλωτικές ομάδες, σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Το ίδιο πρόσημο υπάρχει και για τα παντρεμένα άτομα, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή.

Η σχέση μεταξύ εισοδήματος και χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι θετική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι όσο αυξάνεται το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ατόμων τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου μοιάζει με αυτό των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking). Συγκεκριμένα περιλαμβάνει κυρίως άνδρες, νεαρής ηλικίας και με υψηλό εισόδημα, αποτέλεσμα το οποίο φαίνεται να συμφωνεί με τη Mattila (2003).

Με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιούν μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω

τηλεφώνου. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω της υπηρεσίας αυτής είναι η ακόλουθη:

$$\text{sinphone} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} + b_8\text{married} + b_9\text{income} + b_{10}\text{phuse1} + b_{11}\text{phuse0} + \varepsilon_i,$$

όπου sinphone: το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι οκτώ (8). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν πραγματοποιεί κανένα είδος συναλλαγής μέσω της συγκεκριμένης υπηρεσίας, την τιμή 1 όταν πραγματοποιεί ένα είδος συναλλαγής κλπ, ενώ την τιμή 8 την παίρνει όταν πραγματοποιεί και τα οκτώ είδη συναλλαγών μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, που αναφέρονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

rhuse1:αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή μία φορά κάθε δύο εβδομάδες και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

rhuse2: αποτελεί ψευδομεταβλητή για τη συχνότητα χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα την χρησιμοποιούν σπάνια και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

ε_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 18 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 18: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-1,261 (-1,305)	-1,741** (-2,164)
sex	0,057 (0,511)	-
age	-0,008 (-1,289)	-
lykio	-0,256 (-1,564)	-
panep	-0,144 (-0,906)	-
dimosioi	0,104 (0,665)	-
idiotik	0,010 (0,074)	-
single	0,104 (0,496)	-
married	0,131 (0,741)	-
income	0,253* (1,895)	0,282** (2,407)
phuse1	3,392*** (10,671)	3,434*** (11,050)
phuse0	2,497*** (10,355)	2,568*** (11,067)
R ²	43,1	42,3
R ² (adjusted)	41,3	41,8
F	23,319***	84,564***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$\text{sinphone} = -1,741 + 0,282\text{income} + 3,434 \text{ phuse1} + 2,568 \text{ phuse0}$$

Από τον Πίνακα 108 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R² είναι ίση με 43,1% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που

εκτιμήθηκε ερμηνεύει το 43,1% της διακύμανσης του συνόλου των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 41,3%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 23,319 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Για το λόγο αυτό απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν και ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της υπηρεσίας αυτής είναι μόνο δύο: το εισόδημα των καταναλωτών, καθώς επίσης και η συχνότητα χρήσης της υπηρεσίας.

Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, σε σχέση με τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Σχετικά με την επίδραση της συχνότητας χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, το αποτέλεσμα δεν είναι τόσο ξεκάθαρο, αφού διαπιστώθηκε ότι τα άτομα που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, μία φορά κάθε δύο εβδομάδες, η οποία ήταν η μέση συχνότητα χρήσης σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο της παρούσας έρευνας, πραγματοποιούν περισσότερα είδη συναλλαγών σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Το ίδιο ακριβώς διαπιστώθηκε και για τα άτομα που χρησιμοποιούν τη συγκεκριμένη υπηρεσία σπάνια, που αποτελεί τη μικρότερη χρήση της υπηρεσίας αυτής σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον αριθμό των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι καταναλωτές μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, είναι μόνο το εισόδημα των καταναλωτών και η συχνότητα χρήσης της υπηρεσίας.

Στη συνέχεια, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε άλλο ένα τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$\text{luseph} = b_0 + b_1\text{sex} + b_2\text{age} + b_3\text{lykio} + b_4\text{panep} + b_5\text{dimosioi} + b_6\text{idiotik} + b_7\text{single} + b_8\text{married} + b_9\text{income} + \varepsilon_i,$$

όπου luseph: το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν θετικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι δέκα (10). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα ενθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού δεν χρησιμοποιεί καθόλου την συγκεκριμένη υπηρεσία, την τιμή 1 όταν δηλώσει ένα ενθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 10 την παίρνει όταν χρησιμοποιεί την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου και για όλους τους λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 19 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 19: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	-3,406* (-1,690)	-3,274* (-1,677)
sex	0,372 (1,605)	0,421* (1,833)
age	-0,046*** (-3,706)	-0,042*** (-3,913)
lykio	-0,858** (-2,532)	-0,559** (-2,237)
panep	-0,400 (-1,210)	-
dimosioi	-0,044 (-0,135)	-
idiotik	0,253 (0,884)	-
single	-1,225*** (-2,840)	-1,298*** (-3,138)
married	-0,872** (-2,381)	-0,893** (-2,445)
income	1,014*** (3,674)	0,948*** (3,507)
R ²	12,3	11,5
R ² (adjusted)	10,0	10,0
F	5,318***	7,446***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των ενθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$\text{luseph} = -3,274 + 0,421 \text{ sex} - 0,042 \text{ age} - 0,559 \text{ lykio} - 1,298 \text{ single} - 0,893 \text{ married} + 0,948 \text{ income}$$

Από τον Πίνακα 19 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R² είναι ίση 11,5% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 11,5% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη

συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 10,0%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 7,446 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν, και συνεπώς ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Παρατηρώντας και τα δύο υποδείγματα που αφορούν το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, διαπιστώνουμε ότι οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση και το εισόδημα των καταναλωτών.

Αναλυτικότερα, διαπιστώθηκε ότι άνδρες χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για περισσότερους λόγους απ' ότι οι γυναίκες. Δηλαδή, αναγνωρίζουν περισσότερα οφέλη από τη χρήση της γι' αυτό και επιλέγουν περισσότεροι να τη χρησιμοποιούν.

Σχετικά με τον παράγοντα ηλικία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει αρνητική σχέση μεταξύ αυτής και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών μειώνονται οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν την συγκεκριμένη υπηρεσία, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η σχέση μεταξύ μορφωτικού επιπέδου και του αριθμού των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές διαπιστώθηκε ότι είναι αρνητική. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι λυκείου χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για λιγότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Όσον αφορά τα άτομα τα οποία είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολεγίου, παρόλο που δεν είναι στατιστικά σημαντική η μεταβλητή αυτή, διαπιστώνουμε ότι πάλι το πρόσημο είναι αρνητικό, αποτέλεσμα το οποίο δεν ήταν το αναμενόμενο.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών, διαπιστώθηκε ότι τα ελεύθερα άτομα χρησιμοποιούν για λιγότερους λόγους την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου σε σχέση με τα άλλα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Γενικά, διαπιστώθηκε ότι η σχέση μεταξύ οικογενειακής κατάστασης και αριθμού των λόγων χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι αρνητική, αφού το ίδιο ισχύει και για τα παντρεμένα άτομα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τους παράγοντες που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου αναδεικνύεται και το εισόδημα των καταναλωτών. Ειδικότερα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για περισσότερους λόγους απ' ότι οι άλλοι καταναλωτές, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στην απόφασή τους να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, επηρεάζεται από το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την οικογενειακή κατάσταση και το εισόδημα των καταναλωτών.

Τέλος, με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Linear Regression) εκτιμήθηκε ένα ακόμη τελικό υπόδειγμα που στόχο είχε τον προσδιορισμό των κοινωνικοοικονομικών παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές σχετικά με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Συγκεκριμένα, η συνάρτηση του αριθμού των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$\lnuseph = b_0 + b_1sex + b_2age + b_3lykio + b_4panep + b_5dimosioi + b_6idiotik + b_7single + b_8married + b_9income + \varepsilon_i,$$

όπου $\lnuseph$: το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν αρνητικά τους καταναλωτές στην απόφαση τους να χρησιμοποιήσουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές και παίρνει τιμές από μηδέν (0) μέχρι εννιά (9). Την τιμή 0 την παίρνει όταν ο ερωτώμενος δεν δηλώνει κανένα αποθαρρυντικό λόγο χρήσης αφού χρησιμοποιεί την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις συναλλαγές του, την τιμή 1 όταν δηλώσει ένα αποθαρρυντικό λόγο κλπ, ενώ την τιμή 9 την παίρνει όταν δεν χρησιμοποιεί την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για όλους τους λόγους που παρουσιάζονται στο ερωτηματολόγιο.

sex: το φύλο του ερωτώμενου, το οποίο παίρνει την τιμή ένα (1) όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή μηδέν (0) όταν η ερωτώμενη είναι γυναίκα

age: η ηλικία του ερωτώμενου

lykio: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι λυκείου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

panep: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή Κολλεγίου και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

dimosioi: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι δημόσιοι υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

idiotik: αποτελεί ψευδομεταβλητή για το επάγγελμα των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

single: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι ελεύθερα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

married: αποτελεί ψευδομεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, η οποία παίρνει την τιμή ένα (1) στην περίπτωση που τα άτομα είναι παντρεμένα και την τιμή μηδέν (0) σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση

income: το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε Λίρες Κύπρου (£)

ei: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Στον Πίνακα 20 που ακολουθεί παρατίθενται τα εμπειρικά αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων για τους παράγοντες που αποθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Στο Υπόδειγμα 1 περιλαμβάνονται όλες οι ανεξάρτητες μεταβλητές, ενώ στο Υπόδειγμα 2, το οποίο είναι και το τελικό, μόνο οι στατιστικά σημαντικές.

Πίνακας 20: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Μεταβλητές	Υπόδειγμα 1	Υπόδειγμα 2
Σταθερά	7,125*** (3,193)	8,583*** (4,248)
sex	-0,405 (-1,577)	-0,322 (-1,279)
age	0,016 (1,137)	-
lykio	0,109 (0,290)	-
panep	-0,088 (-0,239)	-
dimosioi	-0,313 (-0,860)	-
idiotik	-0,585* (-1,847)	-0,517** (-1,999)
single	1,140** (2,388)	0,955** (2,190)
married	0,607 (1,497)	0,716* (1,786)
income	-0,676** (-2,211)	-0,828*** (-2,806)
R ²	7,1	6,0
R ² (adjusted)	4,7	4,7
F	2,892***	4,416***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η τιμή της στατιστικής t

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα

Συνεπώς, σύμφωνα με το τελικό υπόδειγμα (Υπόδειγμα 2), η εκτιμώμενη συνάρτηση για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων για τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου είναι η ακόλουθη:

$$\ln useph = 8,583 - 0,322sex - 0,517idiotik + 0,955single + 0,716 married - 0,828income$$

Από τον Πίνακα 20 παρατηρούμε ότι η τιμή του συντελεστή προσδιορισμού R² είναι ίση με 6,0% κάτι το οποίο υποδεικνύει ότι το μοντέλο παλινδρόμησης που εκτιμήθηκε ερμηνεύει μόνο το 6,0% της διακύμανσης του συνόλου των παραγόντων που αποθαρρύνουν τους καταναλωτές για να χρησιμοποιήσουν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό παραμένει ανερμήνευτο. Στη

συνέχεια, παρατηρώντας το διορθωμένο συντελεστή προσδιορισμού ως προς τους βαθμούς ελευθερίας R^2 (adjusted), βλέπουμε ότι παίρνει την τιμή 4,7%, η οποία είναι ελάχιστα μικρότερη από αυτή του συντελεστή προσδιορισμού R^2 .

Στο F- Ratio το οποίο έχει τιμή 4,416 η τιμή του P-value είναι ίση με μηδέν σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και έτσι απορρίπτουμε την μηδενική υπόθεση, ότι δηλαδή οι μεταβλητές είναι όλες ίσες με το μηδέν, και καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι αφού δεν είναι οι μεταβλητές ίσες με το μηδέν συνεπώς υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Από την εκτίμηση του πιο πάνω υποδείγματος για το σύνολο των αποθαρρυντικών παραγόντων στην απόφαση χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου από πλευράς καταναλωτών, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το πρόσημο σχεδόν όλων των εκτιμώμενων συντελεστών της παλινδρόμησης είναι το αναμενόμενο, τόσο για αυτές που είναι στατιστικά σημαντικές όσο και για τις υπόλοιπες. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές οι οποίες είναι στατιστικά σημαντικές για την απόφαση αυτή των καταναλωτών είναι το επάγγελμα, η οικογενειακή κατάσταση και το εισόδημα των καταναλωτών.

Ειδικότερα, διαπιστώθηκε ότι τα άτομα που δουλεύουν στον ιδιωτικό τομέα δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Η ίδια αρνητική σχέση ισχύει και για τα άτομα που είναι στο δημόσιο τομέα, παρόλο που η μεταβλητή αυτή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Όσον αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ατόμων, διαπιστώθηκε ότι τόσο τα ελεύθερα όσο και τα παντρεμένα άτομα δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδα σημαντικότητας 5% και 10% αντίστοιχα.

Σχετικά με την επίδραση του εισοδήματος, εκτιμάται ότι τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών για λιγότερους λόγους από τα υπόλοιπα άτομα, σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Συμπερασματικά, λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν τους καταναλωτές στο να μη χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, επηρεάζεται από το επάγγελμα, την οικογενειακή κατάσταση και το εισόδημα των καταναλωτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί η προέλευση του τραπεζικού συστήματος της Κύπρου και ειδικότερα να ελεγχθεί η μορφή του κατά τη πορεία του χρόνου καθώς επίσης και ποιες τράπεζες το αποτελούν (εγχώριες και ξένες). Επιδιώκει επίσης να παρουσιάσει τους τρόπους προσέγγισης του καταναλωτή με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών. Ακόμη, βασικός σκοπός της εργασίας αυτής είναι η διερεύνηση της συμπεριφοράς των Κυπρίων καταναλωτών απέναντι σε αυτούς τους νέους τρόπους προσέγγισης τους από τις τράπεζες και η σκιαγράφηση των καταναλωτικών τους προφίλ απέναντι στην κάθε μία υπηρεσία.

Αρχικά, έγινε μία βιβλιογραφική ανασκόπηση, μέσα από την οποία παρουσιάστηκε η πορεία του Κυπριακού τραπεζικού συστήματος από τη δημιουργία του μέχρι σήμερα, και ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στην περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης του, με μία σύντομη αναφορά στις εμπορικές τράπεζες που το αποτελούν. Διαπιστώθηκε ότι η Κύπρος διαθέτει ένα ανεπτυγμένο τραπεζικό σύστημα, με τις τράπεζες να έχουν σημαντικό ρόλο στη χρηματοοικονομική διαμεσολάβηση, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του εκτεταμένου δικτύου των καταστημάτων και τις αυτοματοποιημένες τους υπηρεσίες. Στη συνέχεια έγινε μία παρουσίαση των τρόπων προσέγγισης των καταναλωτών από τις τράπεζες με εξαίρεση τον παραδοσιακό τρόπο, δηλαδή το δίκτυο καταστημάτων των τραπεζών. Συγκεκριμένα, περιλαμβάνει τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ΑΤΜ), την ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking) και την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου (σταθερού και κινητού). Επίσης, παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα διαφόρων εμπειρικών μελετών για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης των νέων τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο βασικός σκοπός της παρούσας εργασίας, πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Η συλλογή των απαιτούμενων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα 23/12/2004 έως 28/02/2005, και το ερωτηματολόγιο της έρευνας δόθηκε σε τυχαίο δείγμα 350 ατόμων ηλικίας άνω των 18 ετών, κατοίκων διαφόρων περιοχών της πόλης της Λεμεσού.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών, θα μπορούσαμε να πούμε ότι περιλαμβάνει άτομα νεαρής ηλικίας, μορφωμένα και με υψηλό εισόδημα. Ειδικότερα:

- Ο παράγοντας ηλικίας διαπιστώθηκε ότι έχει αρνητική σχέση με τη χρήση των ATM. Δηλαδή, όσο αυξάνεται η ηλικία των καταναλωτών, τόσο μειώνεται η πιθανότητα χρήσης των ATM για την πραγματοποίηση των τραπεζικών τους συναλλαγών.
- Το μορφωτικό επίπεδο έχει άμεση σχέση με την επιλογή χρήσης των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) από τους καταναλωτές, αφού όσο πιο υψηλό είναι το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών τόσο πιο μεγάλα είναι τα ποσοστά συμμετοχής στη χρήση των ATM.
- Το εισόδημα έχει και αυτό θετική σχέση με τη χρήση των ATM, αφού μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης των ATM έχουν τα άτομα με υψηλό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα.

Σχετικά με το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking), αυτό περιλαμβάνει κυρίως άνδρες με υψηλό εισόδημα που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα και που έχουν μεγάλες γνώσεις – εμπειρία χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Συγκεκριμένα:

- Διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών από τις γυναίκες.
- Σχετικά με την επίδραση του επαγγέλματος των καταναλωτών, διαπιστώθηκε ότι μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν οι ιδιωτικοί υπάλληλοι απ' ότι οι υπόλοιποι καταναλωτές.
- Το εισόδημα έχει θετική σχέση με τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Συγκεκριμένα, διαπιστώθηκε ότι όσο αυξάνεται το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ατόμων τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής.
- Σε εξίσου σημαντική παράμετρο για τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής αναδεικνύεται και η εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών των καταναλωτών, όπου παρατηρήθηκε ότι μεγαλύτερη πιθανότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουν τα άτομα με πολύ καλές και εξαιρετικές

γνώσεις – χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Διαπιστώθηκε δηλαδή ότι η εμπειρία χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών έχει πολύ μεγάλη επίδραση στη στάση και συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου, αφού όσο μεγαλώνει ο βαθμός χειρισμού των ηλεκτρονικών υπολογιστών, τόσο αυξάνονται και τα ποσοστά των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου.

Τέλος, όσον αφορά τον τρίτο τρόπο προσέγγισης των καταναλωτών, τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας δείχνουν ότι το προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου μοιάζει με αυτό των ατόμων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking). Συγκεκριμένα περιλαμβάνει κυρίως άνδρες, νεαρής ηλικίας και με υψηλό εισόδημα. Συγκεκριμένα:

- Διαπιστώθηκε ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερη πιθανότητα να χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών από τις γυναίκες.
- Η ηλικία έχει αρνητική σχέση με τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου, αφού όσο αυξάνεται η ηλικία των ατόμων τόσο μειώνεται η πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας.
- Σε αντίθεση με την ηλικία, το εισόδημα έχει θετική σχέση με τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου. Δηλαδή, όσο αυξάνεται το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα των ατόμων τόσο αυξάνεται και η πιθανότητα χρήσης της υπηρεσίας.

Τέλος όσον αφορά τις προοπτικές αυτών των νέων τρόπων προσέγγισης των καταναλωτών από τις Κυπριακές τράπεζες, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας και της βιβλιογραφικής ανασκόπησης που πραγματοποιήθηκε στο θεωρητικό μέρος, θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι αρκετά καλές και θα γίνουν ολοένα καλύτερες, καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά, ο σύγχρονος τρόπος ζωής, αλλά και οι επιδιώξεις των τραπεζών για τη μείωση του λειτουργικού κόστους και παροχή καλύτερης εξυπηρέτησης στον πελάτη θα εντείνονται. Ήδη οι ενδείξεις είναι θετικές, οι αλλαγές στην καταναλωτική συμπεριφορά πραγματοποιούνται προς αυτή την κατεύθυνση και οι τράπεζες έχουν επενδύσει και συνεχίζουν να επενδύουν στα ηλεκτρονικά κανάλια. Έτσι η γενική αποδοχή τους είναι θέμα χρόνου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ι.ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Γεωργόπουλος, Δ., (2003), «Εξελίξεις και Εκτιμήσεις για το μέλλον στη Σύγχρονη Ηλεκτρονική Τραπεζική», Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), Ιούλιος – Αύγουστος – Σεπτέμβριος 2003, σ.σ. 75 - 76, Αθήνα.
2. Γκόρτσος, Χ. και Κ. Τασάκος (2003), «Το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Δίκαιο για την Ηλεκτρονική Τραπεζική», Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), Ιούλιος – Αύγουστος – Σεπτέμβριος 2003, σ.σ. 77 - 96, Αθήνα.
3. Δελτίο Τύπου Ελληνικής Τράπεζας (2004), *Αποτελέσματα Πρώτου Εξαμήνου κατά το 2004*, 31 Αυγούστου 2004, Λευκωσία.
4. Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (2004), *Απολογισμός 2003*, Αθήνα.
5. Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (2001), *Επιτομή «e- Banking: Νέοι ορίζοντες στο Τραπεζικό Επιχειρείν»*, Έκδοση Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), Αθήνα.
6. Eurokerdos (2004), «Η Société Générale εγκαινιάζει το νέο υποκατάστημα Λάρνακας», *Eurokerdos*, Τεύχος 64, σ. 48, Λευκωσία (www.eurokerdos.com).
7. Eurokerdos (2004), «Τράπεζα Κύπρου: Νέο αίμα, νέα γενιά, νέα αρχή», *Eurokerdos*, Τεύχος 64, σσ. 24-27, Λευκωσία (www.eurokerdos.com).
8. Καρακατσάνης, Κ., (2003), *Τραπεζικές συναλλαγές στο ίντερνετ*, <http://www.rom.gr/rom18/dig-banking.htm>
9. Καρεκλή, Π., (2003), «Επιπτώσεις του Internet στη Λειτουργία και Κερδοφορία των Επιχειρήσεων. Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής», Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), Ιούλιος – Αύγουστος – Σεπτέμβριος 2003, σ.σ. 41 - 51, Αθήνα.
10. Κεντρική Τράπεζα Κύπρου (2004), *Εξαμηνιαία Έκθεση Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου 2004*, Λευκωσία.
11. Κεντρική Τράπεζα Κύπρου (2003), *Ετήσια Έκθεση Κεντρικής Τράπεζας Κύπρου 2003*, Λευκωσία.
12. Λαϊκή Τράπεζα (2003), *Ενημερωτικό Δελτίο και Πρόσκληση για εγγραφή*, Λευκωσία.

13. Μαυρογιάννης, Δ., (2003), «Ασφάλεια Ηλεκτρονικών Συναλλαγών», Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (ΕΕΤ), Ιούλιος – Αύγουστος – Σεπτέμβριος 2003, σ.σ. 53 - 55, Αθήνα.
14. Μούσκος, Α., (1996), «Το τραπεζικό σύστημα της Κύπρου μπροστά στην Ευρωπαϊκή πρόκληση», <http://www.hri.org/Samizdat/96-12-25.dir/art9.htm>
15. Όμιλος Λαϊκής (2003), *Ετήσια Έκθεση Ομίλου Λαϊκής 2003*, Λευκωσία.
16. Ορφανίδης, Σ., (2004), *Η Société Générale*, Λευκωσία (<http://www.stockwatch.com.cy>).
17. Πασιαρδής, Π., Γ. Ιουλιανός και Λ. Λόης (2003), *Παραγωγικότητα του Κυπριακού τραπεζικού τομέα: σύγκριση με συνεργατικά και Αγγλικές τράπεζες*, Μονάδα Οικονομικών ερευνών, Πανεπιστήμιο Κύπρου, Λευκωσία.
18. Σιάρδος, Γ., (2000), *Μέθοδοι Πολυμεταβλητής Στατιστικής Ανάλυσης*, Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Θεσσαλονίκη.
19. Συνέντευξη του κ. Γ. Άππιου (2004), Οικονομικός Διευθυντής του Συγκροτήματος Ελληνικής Τράπεζας, *Ο Οικονομικός Φιλελεύθερος*, 12 Σεπτεμβρίου 2004, σελ. 3.
20. Συνέντευξη του κ. Χ. Σταυράκη (2004), αναπληρωτής ανώτατος εκτελεστικός διευθυντής εργασιών του Συγκροτήματος Τράπεζας Κύπρου, *Ο Οικονομικός Φιλελεύθερος*, 22 Αυγούστου 2004, σελ. 8.
21. Τράπεζα Κύπρου (2004), *Ετήσια Έκθεση Τράπεζας Κύπρου 2004*, Λευκωσία.
22. Universal Bank (2004), *Εξαμηνιαία αποτελέσματα της Universal Bank για το 2004*, Λευκωσία.
23. Υπηρεσία Εποπτείας και Ανάπτυξης Συνεργατικών Εταιρειών (2003), *Ο συνεργατισμός στην Κύπρο*, Λευκωσία.
24. Υπηρεσία Στρατηγικού Προγραμματισμού Τράπεζας Κύπρου (2003), Οικονομικό Δελτίο, Τεύχος 16, Λευκωσία (<http://www.bankofcyprus.com/Files/econ%20GR.doc>)
25. Χρηματιστηριακή (2004), «Με ρεαλιστικό όραμα η ανάπτυξη της Ελληνικής Τράπεζας», *Χρηματιστηριακή*, Τεύχος 60, σσ. 67-68, Λευκωσία.

II. ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

26. Akinci, S., S. Aksoy and E. Atilgan (2004), “Adoption of Internet banking among sophisticated consumer segments in an advanced developing country”, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22, No. 3, pp. 212 – 232.
27. Al-Sabbagh, I., and A. Molla (2004), “Adoption and Use of Internet Banking in the Sultanate of Oman: An Exploratory Study”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 9, No. 2, pp. 34-42.
28. Balachandher, G., V. Santha, I. Norhazlin and P. Rajendra (2000), “Electronic Banking in Malaysia: A Note on Evolution of Services and Consumer Reactions”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 5, No. 1, pp. 17-27.
29. Chin-Shan, W., F. Cheng and H. Lin (2004), “Web site Usability Evaluation of Internet Banking in Taiwan”, *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 9, No. 1, pp. 114-123.
30. Colonia – Willner, R., (2004), “Self-service systems: new methodology reveals customer real-time actions during merger”, *Computers in Human Behavior*, Vol. 20, pp. 243-267.
31. Daniel, E., (1999), “Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland”, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol.17, No.2, pp. 72-82.
32. European Central Bank (1999), “The effects of technology on the E.U. Banking System”, Το άρθρο αυτό έχει δημοσιευτεί μεταφρασμένο στα ελληνικά από την Α. Βιδάλη στο Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών (EET), Γ΄- Δ΄ Τριμήνιο, 1999, Αθήνα.
33. Georgiadou, L., (2002) Central Bank of Cyprus, *The financial sector in Cyprus: structure, performance and main developments*, Financial Sectors in EU Accession Countries, European Central Bank.
34. Howcroft, B., R. Hamilton and P. Hower (2002), “Consumer attitude and the usage and adoption of home-based banking in the United Kingdom”, *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, No. 6, pp. 111 – 121.
35. Joseph, M. and G. Stone (2003), “An empirical evaluation of US bank customer perceptions of the impact of technology on service delivery in the banking sector”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 31, No. 4, pp. 190 – 202.

36. Jun, M. and S. Cai (2001), "The key determinants of Internet banking service quality: a content analysis", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No. 7, pp. 276-291.
37. Karjaluoto, H., M. Mattila and T. Pento (2002), "Factors underlying attitude formation towards online banking in Finland", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 20, No. 6, pp. 261 – 262.
38. Karjaluoto, H., M. Mattila and T. Pento (2003), "Internet banking adoption among mature customers: early majority or laggards?", *Journal of Services Marketing*, Vol. 17, No. 5, pp. 514 – 528.
39. Kim, J. and J. Moon (1998), "Designing towards emotional usability in customer interfaces - trustworthiness of cyber-banking system interfaces", *Interacting with Computers*, Vol.10, pp. 1-29.
40. Kimberly, C., S. Wright, E. Park and C. Ntuen (1997), "Optimizing the Usability of Automated Teller Machines for Older Adults", *Computers Industrial. Engineering*, Vol. 33, pp. 209-212.
41. Liao, Z. and M. Cheung (2001), "Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study", *Information and Management*, Vol. 39, pp. 283-295.
42. Luarn, P. and H. Lin (2004), "Toward an understanding of the behavioral intention to use mobile banking", *Computers in Human Behavior*, pp. 1-19.
43. Mattila, M., (2003), "Factors Affecting The Adoption Of Mobile Banking Services", *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 8, No. 1, pp. 67 – 81.
44. National Bank of Greece (Cyprus) Ltd (2004), *Annual Report 2003*, Nicosia.
45. National Consumer Council (1983), *Banking services and the consumer – new technology*, Methuen and Co Ltd, London.
46. Othoneos, C., (2004), *National Bank of Greece (Cyprus) Ltd*, International NBG Group, Quarterly International Newsletter for the NBG Group October – December 2003, 3rd edition, p. 4, Athens.
47. Pepermans, R., G. Verleye and S. Cappellen (1996), "Wallbanking, innovativeness and computer attitudes: 25-40-year-old ATM-users on the spot", *Journal of Economic Psychology*, Vol.17, pp. 731-748.
48. Phylaktis, K., (1995), *The Banking System of Cyprus: Past, Present and Future*, Macmillan, London.

49. Pikkarainen, T., K. Pikkarainen, H. Karjaluoto and S. Pahnla (2004), "Consumer acceptance of online banking: an extension of the technology acceptance model", *Internet Research*, Vol. 14, No. 3, pp. 224-235.
50. Polatoglu, V. and S. Ekin (2001), "An empirical investigation of the Turkish consumers' acceptance of Internet banking services", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19, No. 4, pp. 156-165.
51. Ramaswami, S., T. Strader and K. Brett (1998), "Identifying Potential Customers for On-line Financial Services", *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 3, No. 2, pp. 127 – 132.
52. Rotchanakitumnuai, S. and M. Speece (2003), "Barriers to Internet banking adoption: a qualitative study among corporate customers in Thailand", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 21, No. 6, pp. 312 – 323.
53. Sathey, M., (1997), "Internet Banking in Australia", *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol.2, No. 4, pp. 216-223.
54. Sathey, M., (1999), "Adoption of Internet banking by Australian consumers: an empirical investigation", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17, No.7, pp. 324 – 334.
55. Sohail, S. and B. Shanmugham (2002), "E-banking and customer preferences in Malaysia: An empirical investigation", *Information Sciences*, Vol. 150, pp. 207 – 217.
56. Suganthi, S., G. Balachandher and S. Balachandran (2001), "Internet Banking Patronage: An Empirical Investigation of Malaysia", *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 6, No. 1, pp. 223 – 232.
57. Suh, B. and I. Han (2002), "Effect of trust on customer acceptance of Internet banking", *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 1, pp. 247 – 263.
58. Vijayan, P. and B. Shanmugham (2003), "Service Quality Evaluation Of Internet Banking In Malaysia", *Journal of Internet Banking and Commerce*, Vol. 8, No. 1, pp. 56 – 67.
59. Wang, Y.S., Y.M. Wang, H. Lin and T. Tang (2003), "Determinants of user acceptance of Internet banking: an empirical study", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 14, No. 5, pp. 501 – 519.

III. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

60. <http://kypros.org>
61. http://www.coopbank.com.cy/genikes_plirofories.htm
62. <http://www.cyprus.gov.cy>
63. <http://www.centralbank.gov.cy>
64. <http://www.bankofcyprus.com>
65. <http://www.bankofcyprus.gr>
66. <http://www.laiki.com>
67. <http://www.hellenicbank.com>
68. <http://www.alphabank.com.cy>
69. <http://www.alpha.gr/page.asp?lang=Greek&PageID=17>
70. <http://www.alpha.gr/page.asp?PageID=13&Lang=1>
71. <http://www.nbg.gr>
72. <http://www.emporiki.gr>
73. <http://www.combank.com.cy>
74. <http://www.sgcypus.com>
75. <http://www.arabbank.com.cy>
76. <http://www.usb.com.cy>
77. wap.bankofcyprus.com
78. www.cssda.gov.cy

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

	<i>Σελ</i>
Πίνακας 1: Αριθμός και Ποσοστό Συνεργατικών Εταιρειών κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας	11
Πίνακας 2: Συνεργατικές Εταιρείες Πιστωτικού Τομέα	11
Πίνακας 3: Αριθμός Συνεργατικών Εταιρειών	15
Πίνακας 4: Το σύνολο ενεργητικού των Συνεργατικών Πιστωτικών Ιδρυμάτων από το 1992 μέχρι το 2002	19
Πίνακας 5: Σύνολο Ενεργητικού των τραπεζικών ιδρυμάτων της Κύπρου	45
Πίνακας 6: Βασικά Οικονομικά Στοιχεία της Alpha Bank Ltd	74
Πίνακας 7: Βασικά μεγέθη της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος (Κύπρου)	77
Πίνακας 8: Οικονομικά στοιχεία της Emporiki Bank - Cyprus Ltd	84
Πίνακας 9: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης των ATM	177
Πίνακας 10: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω των ATM	181
Πίνακας 11: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση των ATM	185
Πίνακας 12: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση των ATM	188
Πίνακας 13: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)	192
Πίνακας 14: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής	198
Πίνακας 15: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής	202
Πίνακας 16: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής	206
Πίνακας 17: Εκτίμηση λογιστικής παλινδρόμησης για τους προσδιοριστικούς παράγοντες χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	210
Πίνακας 18: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο	215

των ειδών των συναλλαγών που πραγματοποιούν τα άτομα μέσω της
τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

Πίνακας 19: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο 219
των παραγόντων που ενθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας
μέσω τηλεφώνου

Πίνακας 20: Εκτίμηση πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για το σύνολο 223
των παραγόντων που αποθαρρύνουν τη χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας
μέσω τηλεφώνου

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

	Σελ
Διάγραμμα 1: Συνολικό Ενεργητικού Πιστωτικού Τομέα	19
Διάγραμμα 2: Προσωπικό Συγκροτήματος της Τράπεζας Κύπρου	47
Διάγραμμα 3: Ανθρώπινο Δυναμικό Συγκροτήματος Τράπεζας Κύπρου ανά γεωγραφικό τομέα	52
Διάγραμμα 4: Προσλήψεις προσωπικού της Τράπεζας Κύπρου στην Ελλάδα κατά το 2002	54
Διάγραμμα 5: Κέρδη Ομίλου Λαϊκής ανά γεωγραφική περιοχή κατά το 2003 και 2004	63
Διάγραμμα 6: Οικονομικά Μεγέθη Ομίλου Λαϊκής κατά το 2003	64
Διάγραμμα 7: Είδη συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω των ΑΤΜ	147
Διάγραμμα 8: Λόγοι χρήσης των ΑΤΜ για την πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών	150
Διάγραμμα 9: Λόγοι μη χρησιμοποίησης των ΑΤΜ για πραγματοποίηση των τραπεζικών συναλλαγών	153
Διάγραμμα 10: Λόγοι χρήσης διαδικτύου	155
Διάγραμμα 11: Είδη συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής	159
Διάγραμμα 12: Λόγοι χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τις τραπεζικές συναλλαγές	163
Διάγραμμα 13: Λόγοι μη χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τις τραπεζικές συναλλαγές	166
Διάγραμμα 14: Είδη συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω της τραπεζικής υπηρεσίας τηλεφώνου	169
Διάγραμμα 15: Λόγοι χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές συναλλαγές	171
Διάγραμμα 16: Λόγοι μη χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές συναλλαγές	173

Πίνακες Συχνοτήτων

Πίνακας 1.1 Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Γυναίκα	178	50,9	50,9
Άνδρας	172	49,1	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.2 Ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
18-24	57	16,3	16,3
25-34	110	31,4	47,7
35-44	73	20,9	68,6
45-54	74	21,1	89,7
55-64	24	6,9	96,6
Άνω των 65	12	3,4	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.3 Μορφωτικό Επίπεδο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Απόφοιτος Δημοτικού	37	10,6	10,6
Απόφοιτος Γυμνασίου	24	6,9	17,4
Απόφοιτος Λυκείου	107	30,6	48,0
Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	158	45,1	93,1
Κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου	22	6,3	99,4
Κάτοχος Διδακτορικού τίτλου	2	0,6	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.4 Επάγγελμα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Άνεργος/η	6	1,7	1,7
Οικιακά	30	8,6	10,3
Φοιτητής/τρια	31	8,9	19,1
Δημόσιος υπάλληλος	92	26,3	45,4
Ιδιωτικός υπάλληλος	143	40,9	86,3
Ελεύθερος Επαγγελματίας	36	10,3	96,6

Συνταξιούχος	12	3,4	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.5 Οικογενειακή Κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Ελεύθερος/η	93	26,6	26,6
Συμβίωση	23	6,6	33,1
Παντρεμένος/η	214	61,1	94,3
Διαζευγμένος/η	14	4,0	98,3
Χήρος/α	6	1,7	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.6 Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
£350	22	6,3	6,3
£351- £700	60	17,1	23,4
£701- £1050	103	29,4	52,9
£1051- £1400	83	23,7	76,6
£1401 - £1750	40	11,4	88,0
Πάνω από £1751	42	12,0	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.7 Επιλογή δικτύου καταστημάτων των τραπεζών για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	5	1,4	1,4
Ναι	345	98,6	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.8 Επιλογή μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM) για

την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	123	35,1	35,1
Ναι	227	64,9	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.9 Επιλογή διαδικτύου (internet banking) για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	280	80,0	80,0
Ναι	70	20,0	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.10 Επιλογή τηλεφώνου (τηλετράπεζα) για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	302	86,3	86,3
Ναι	48	13,7	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.11 Χρήση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM) για

την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	123	35,1	35,1
Ναι	227	64,9	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.12 Συχνότητα χρήσης των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης

(ATM) ανά μήνα για την πραγματοποίηση τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Μία φορά την εβδομάδα	85	37,4	37,4
Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	98	43,2	80,6
Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	23	10,1	90,7
Μία φορά το μήνα	8	3,5	94,3
Σπάνια	13	5,7	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.13 *Ανάληψη χρημάτων μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)*

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	1	0,4	0,4
Ναι	226	99,6	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.14 *Μεταφορά χρημάτων μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)*

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	157	69,2	69,2
Ναι	70	30,8	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.15 *Πληρωμή δόσης ή πιστωτικής κάρτας μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)*

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	162	71,4	71,4
Ναι	65	28,6	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.16 *Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα) μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)*

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	166	73,1	73,1
Ναι	61	26,9	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.17 Κατάθεση μετρητών ή επιταγών μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	138	60,8	60,8
Ναι	89	39,2	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.18 Εκτύπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	96	42,3	42,3
Ναι	131	57,7	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.19 Ανάκληση πληρωμής επιταγής μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	215	94,7	94,7
Ναι	12	5,3	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.20 Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	208	91,6	91,6
Ναι	19	8,4	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.21 Παραγγελία εντύπου καταθέσεων μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	211	93,0	93,0
Ναι	16	7,0	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.22 Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN) μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	184	81,1	81,1
Ναι	43	18,9	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.23 Πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	218	96,0	96,0
Ναι	9	4,0	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.24 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί η ύπαρξή τους είναι χρήσιμη και αποτελεσματική

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	18	7,9	7,9
Ναι	209	92,1	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.25 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί η ύπαρξή τους είναι κάτι καινούριο αλλά σημαντικό

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	104	45,8	45,8

Ναι	123	54,2	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.26 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	108	47,6	47,6
Ναι	119	52,4	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.27 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί το δίκτυό τους είναι μεγάλο (βολική τοποθεσία)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	52	22,9	22,9
Ναι	175	77,1	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.28 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί έχουν εύχρηστο μενού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	43	18,9	18,9
Ναι	184	81,1	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.29 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί έχουν καλή ποιότητα και μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	82	36,1	36,1
Ναι	145	63,9	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.30 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί δεν εμφανίζουν συχνά λάθη και αδυναμίες κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	147	64,8	64,8
Ναι	80	35,2	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.31 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί είναι πρακτικά στη χρήση (δεν υπάρχουν προβλήματα όρασης)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	114	50,2	50,2
Ναι	113	49,8	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.32 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	86	37,9	37,9
Ναι	141	62,1	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.33 Χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τη χρήση τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	115	50,7	50,7
Ναι	112	49,3	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.34 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί δεν είναι χρήσιμα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	106	86,2	86,2
Ναι	17	13,8	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.35 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί η ύπαρξή τους είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	92	74,8	74,8
Ναι	31	25,2	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.36 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί δεν παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	60	48,8	48,8

Ναι	63	51,2	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.37 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί το δίκτυό τους δεν είναι μεγάλο (μη βολική τοποθεσία)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	103	83,7	83,7
Ναι	20	16,3	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.38 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί έχουν δύσχρηστο μενού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	106	86,2	86,2
Ναι	17	13,8	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.39 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί δεν έχουν καλή ποιότητα και ούτε μεγάλη ποσότητα των

προσφερόμενων υπηρεσιών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	108	87,8	87,8
Ναι	15	12,2	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.40 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM)

γιατί εμφανίζουν λάθη και αδυναμίες κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης
τραπεζικών συναλλαγών σε αυτά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	86	69,9	69,9
Ναι	37	30,1	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.41 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης
(ATM)

γιατί δεν είναι πρακτικά στη χρήση (προβλήματα όρασης)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	102	82,9	82,9
Ναι	21	17,1	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.42 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης
(ATM) γιατί δεν υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	100	81,3	81,3
Ναι	23	18,7	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.43 Μη χρησιμοποίηση των μηχανών αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM) γιατί
δεν υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τη χρήση τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	35	28,5	28,5
Ναι	88	71,5	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.44 Αν όσοι δεν χρησιμοποιούν τις μηχανές αυτόματης
εξυπηρέτησης (ATM) στο μέλλον προτίθενται να τα χρησιμοποιήσουν

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
--	-----------	---------	-----------------------------

Δεν απάντησαν	3	2,4	2,4
Όχι	85	69,1	71,5
Ναι	35	28,5	100,0
Σύνολο	123	100,0	

Πίνακας 1.45 Αν όσοι χρησιμοποιούν τις μηχανές αυτόματης εξυπηρέτησης (ATM) στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	4	1,8	1,8
Όχι	39	17,2	18,9
Ναι	184	81,1	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.46 Βαθμός χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Καθόλου	76	21,7	21,7
Ελάχιστα	43	12,3	34,0
Μέτρια	99	28,3	62,3
Πολύ καλά	91	26,0	88,3
Εξαιρετικά	41	11,7	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.47 Πρόσβαση στο διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	97	27,7	27,7
Ναι	253	72,3	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.48 Πρόσβαση στο διαδίκτυο από το σπίτι

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	40	15,8	15,8
Ναι	213	84,2	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.49 Πρόσβαση στο διαδίκτυο από τον εργασιακό χώρο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	133	52,6	52,6
Ναι	120	47,4	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.50 Πρόσβαση στο διαδίκτυο από το πανεπιστήμιο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	219	86,6	86,6
Ναι	34	13,4	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.51 Πρόσβαση στο διαδίκτυο από internet cafe

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	245	96,8	96,8
Ναι	8	3,2	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.52 Συχνότητα χρήσης διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	0,3	0,3
Καθημερινά	85	24,3	24,6
3-5 φορές την εβδομάδα	40	11,4	36,0
1-2 φορές την εβδομάδα	52	14,9	50,9
Μερικές φορές το μήνα	43	12,3	63,2
Σπάνια	32	9,1	72,3
Ποτέ	97	27,7	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.53 Η ενημέρωση λόγος χρήσης του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	42	16,6	16,6
Ναι	211	83,4	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.54 Η ψυχαγωγία λόγος χρήσης του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	61	24,1	24,1
Ναι	192	75,9	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.55 Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο λόγος χρήσης του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	111	43,9	43,8
Ναι	142	56,1	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.56 Επαγγελματικοί λόγοι σύνδεσης με το διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	148	58,5	58,5
Ναι	105	41,5	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.57 Το ηλεκτρονικό εμπόριο λόγος χρήσης του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	222	87,7	87,7
Ναι	31	12,3	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.58 Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες λόγος χρήσης του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	182	72,2	72,
Ναι	70	27,8	100,0
Σύνολο	253	100,0	

Πίνακας 1.59 Γνώση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	123	35,1	35,1

Ναι	227	64,9	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.60 Περιγραφή της έννοιας της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όταν πηγαίνω στο ταμείο του υποκαταστήματος της τράπεζας και ο ταμίας εκτελεί την συναλλαγή μου ηλεκτρονικά	6	2,6	2,6
Όταν εκτελώ μόνος/η μου τις τραπεζικές μου συναλλαγές μέσω του διαδικτύου	219	96,5	99,1
Όταν εκτελώ τις τραπεζικές μου συναλλαγές μέσω των ΑΤΜ	2	0,9	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.61 Ενημέρωση για την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) από το προσωπικό της τράπεζας που υπάρχει συνεργασία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	2	0,9	0,9
Όχι	87	38,3	39,2
Ναι	138	60,8	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.62 Ενημέρωση για την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) από φίλους / συγγενείς

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	2	0,9	0,9
Όχι	129	56,8	57,7
Ναι	96	42,3	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.63 Ενημέρωση για την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) από διαφημίσεις

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	2	0,9	0,9
Όχι	129	56,8	57,7
Ναι	96	42,3	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.64 Ενημέρωση για την ηλεκτρονική τραπεζική (internet banking) από το διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	2	0,9	0,9
Όχι	166	73,5	74,3
Ναι	58	25,7	100,0
Σύνολο	227	100,0	

Πίνακας 1.65 Συχνότητα χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) ανά εβδομάδα για την πραγματοποίηση τραπεζικών εργασιών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	1,4	1,4
Αρκετές φορές κατά τη διάρκεια μιας ημέρας	3	4,3	5,7
Μία φορά την ημέρα	9	12,9	18,6
Αρκετές φορές την εβδομάδα	16	22,9	41,4
Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα	15	21,4	62,9
Μία φορά την εβδομάδα	26	37,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.66 Μεταφορά χρημάτων μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	23	32,9	32,9
Ναι	47	67,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.67 Πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	40	57,1	57,1
Ναι	30	42,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.68 Πληρωμή λογαριασμού(νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, τηλέφωνο) μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	39	55,7	55,7
Ναι	31	44,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.69 Πληροφορίες για λογαριασμούς επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες, επιτόκια κλπ μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	11	15,7	15,7
Ναι	59	84,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.70 Ενημέρωση για υπόλοιπα και καταστάσεις λογαριασμών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	7	10,0	10,0
Ναι	63	90,0	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.71 Ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	65	92,9	92,9
Ναι	5	7,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.72 Εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	56	80,0	80,0
Ναι	14	20,0	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.73 Εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής λογαριασμών κοινής ωφέλειας(ΑΤΗΚ, ΑΗΚ, Υδατοπρομήθεια) μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	54	77,1	77,1
Ναι	16	22,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.74 Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	51	72,9	72,9
Ναι	19	27,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.75 Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN) μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	40	57,1	57,1
Ναι	30	42,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.76 Πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	68	97,1	97,1
Ναι	2	2,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.77 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω προθυμίας για υιοθέτηση νέας τεχνολογίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	33	47,1	47,1
Ναι	37	52,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.78 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) γιατί υπάρχει επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	29	41,4	41,4
Ναι	41	58,6	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.79 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) γιατί υπάρχει εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	18	25,7	25,7
Ναι	52	74,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.80 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω του χαμηλού κόστους των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	47	67,1	67,1
Ναι	23	32,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.81 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	38	54,3	54,3
Ναι	32	45,7	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.82 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της αξιοπιστίας της τράπεζας στη διόρθωση λανθασμένων συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	46	65,7	65,7
Ναι	24	34,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.83 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της εμπιστοσύνης της τράπεζας προκειμένου να αποζημιώσει σε περίπτωση παραβίασης θεμάτων ασφαλείας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	48	68,6	68,6
Ναι	22	31,4	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.84 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της διασφάλισης των προσωπικών στοιχείων του χρήστη από την τράπεζα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	38	54,3	54,3
Ναι	32	45,7	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.85 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της διαφάνειας στην ενημέρωση του χρήστη από την τράπεζα για τους όρους των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	47	67,1	67,1
Ναι	23	32,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.86 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της ασφάλειας και της ακρίβειας των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	1,4	1,4
Όχι	38	54,3	55,7
Ναι	31	44,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.87 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της απαίτησης διπλής επικύρωσης (ταυτότητα χρήστη και κωδικός πρόσβασης)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	32	45,7	45,7
Ναι	38	54,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.88 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της ύπαρξης λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	29	41,4	41,4
Ναι	41	58,6	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.89 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) γιατί επιτρέπει την πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	5	7,1	7,1
Ναι	65	92,9	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.90 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) γιατί επιτρέπει εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	17	24,3	24,3
Ναι	53	75,7	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.91 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω εξοικονόμησης χρόνου και κόστους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	7	10,0	10,0
Ναι	63	90,0	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.92 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) γιατί είναι υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	4	5,7	5,7
Ναι	66	94,3	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.93 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της στιγμιαίας ανατροφοδότησης για τις συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	1,4	1,4
Όχι	36	51,4	52,9
Ναι	33	47,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.94 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της ευκολίας εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	16	22,9	22,9
Ναι	54	77,1	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.95 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της αποτελεσματικής λειτουργίας της ιστοσελίδας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	38	54,3	54,3
Ναι	32	45,7	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.96 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της ευκολίας χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	22	31,4	31,4
Ναι	48	68,6	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.97 Χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της ελκυστικής εμφάνισης της ιστοσελίδας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	56	80,0	80,0
Ναι	14	20,0	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.98 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω απροθυμίας για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	228	81,4	81,4
Ναι	52	18,6	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.99 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω ελλιπής ενημέρωσης για τη χρήση και τα οφέλη της υπηρεσίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	113	40,4	40,4
Ναι	167	59,6	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.100 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω δυσκολίας πρόσβασης στο διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	218	77,9	77,9
Ναι	62	22,1	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.101 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω του κόστους των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης στο διαδίκτυο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	251	89,6	89,6
Ναι	29	10,4	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.102 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω έλλειψης της συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	249	88,9	88,9
Ναι	31	11,1	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.103 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω αμφιβολιών για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	78	27,9	27,9
Ναι	202	72,1	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.104 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω έλλειψης λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών (πολυπλοκότητα)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	159	56,8	56,8
Ναι	121	43,2	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.105 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της πιθανότητας να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	97	34,6	34,6
Ναι	183	65,4	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.106 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω της δυσκολίας χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	257	91,8	91,8
Ναι	23	8,2	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.107 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω έλλειψης της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	0,4	0,4
Όχι	133	47,5	47,9
Ναι	146	52,1	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.108 Μη χρησιμοποίηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (internet banking) λόγω έλλειψης της απόδειξης στις συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	150	53,6	53,6
Ναι	130	46,4	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.109 Αν όσοι δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	11	3,9	3,9
Όχι	163	58,2	62,1
Ναι	106	37,9	100,0
Σύνολο	280	100,0	

Πίνακας 1.110 Αν όσοι χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	10	14,3	14,3
Ναι	60	85,7	100,0
Σύνολο	70	100,0	

Πίνακας 1.111 Γνώση τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	195	55,7	55,7
Ναι	155	44,3	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.112 Ενημέρωση για την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου από το προσωπικό της τράπεζας που υπάρχει συνεργασία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	50	32,3	32,3
Ναι	105	67,7	100,0
Σύνολο	155	100,0	

Πίνακας 1.113 Ενημέρωση για την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου από συγγενείς / φίλους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	93	60,0	60,0
Ναι	62	40,0	100,0
Σύνολο	155	100,0	

Πίνακας 1.114 Ενημέρωση για την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου από διαφημίσεις

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	89	57,4	57,4
Ναι	66	42,6	100,0
Σύνολο	155	100,0	

Πίνακας 1.115 Χρήση της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	302	86,3	86,3
Ναι	48	13,7	100,0
Σύνολο	350	100,0	

Πίνακας 1.116 Συχνότητα χρήσης της τραπεζικής υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	2	4,2	4,2
Μία φορά την εβδομάδα	3	6,3	10,4
Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	6	12,5	22,9
Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	11	22,9	45,8
Μία φορά το μήνα	5	10,4	56,3
Σπάνια	21	43,8	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.117 Χρήση των λειτουργιών εξυπηρέτησης (τηλετράπεζα) για τις τραπεζικές συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	2	4,2	4,2
Ναι	46	95,8	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.118 Χρήση του αυτοματοποιημένου συστήματος εξυπηρέτησης μέσω τηλεφωνικής συσκευής για τις τραπεζικές συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	34	70,8	70,8
Ναι	14	29,2	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.119 Χρήση του κινητού τηλεφώνου για τις τραπεζικές συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	36	75,0	75,0
Ναι	12	25,0	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.120 Μεταφορά χρημάτων μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	27	56,3	56,3
Ναι	21	43,8	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.121 Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα) μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	37	77,1	77,1
Ναι	11	22,9	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.122 Ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμού μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	6	12,5	12,5
Ναι	42	87,5	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.123 Ενημέρωση σχετικά με την κίνηση του λογαριασμού μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	15	31,3	31,3
Ναι	33	68,8	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.124 Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	35	72,9	72,9
Ναι	13	27,1	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.125 Ενημέρωση για τις τιμές ξένων νομισμάτων και μετοχών μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	38	79,2	79,2
Ναι	10	20,8	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.126 Ενεργοποίηση και ακύρωση κάρτας μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	31	64,6	64,6
Ναι	17	35,4	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.127 Ενεργοποίηση βιβλιαρίου επιταγών μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	37	77,1	77,1
Ναι	11	22,9	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.128 Πραγματοποίηση όλων των ειδών των συναλλαγών μέσω τηλεφώνου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	45	93,8	93,8
Ναι	3	6,3	100,0

Σύνολο	48	100,0	
--------	----	-------	--

Πίνακας 1.129 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου γιατί επιτρέπει την πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	4	8,3	8,3
Ναι	44	91,7	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.130 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω εξοικονόμησης χρόνου και κόπου

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	4	8,3	8,3
Ναι	44	91,7	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.131 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω του μειωμένου κόστους από τη χρήση (χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	28	58,3	58,3
Ναι	20	41,7	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.132 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω θετικής στάσης απέναντι στην τεχνολογία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	22	45,8	45,8
Ναι	26	54,2	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.133 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της εμπειρίας χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
--	-----------	---------	--------------------------

Όχι	28	58,3	58,3
Ναι	20	41,7	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.134 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της επαρκούς ενημέρωσης σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	25	52,1	52,1
Ναι	23	47,9	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.135 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της δυνατότητας δοκιμαστικής χρήσης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	43	89,6	89,6
Ναι	5	10,4	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.136 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της ασφάλειας και αξιοπιστίας των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	25	52,1	52,1
Ναι	23	47,9	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.137 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της καλής συμπεριφοράς του προσωπικού

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	18	37,5	37,5
Ναι	30	62,5	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.138 Χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου γιατί είναι υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	5	10,4	10,4
Ναι	43	89,6	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακας 1.139 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω αρνητικής στάσης απέναντι στην τεχνολογία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	260	86,1	86,1
Ναι	42	13,9	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.140 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω ελλιπής εμπειρίας χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	191	63,2	63,2
Ναι	111	36,8	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.141 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω ελλιπής ενημέρωσης σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	88	29,1	29,1
Ναι	214	70,9	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.142 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω ελλιπής της πιθανότητας να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	136	45,0	45,0
Ναι	166	55,0	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.143 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω των αμφιβολιών για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	118	39,1	39,1
Ναι	184	60,9	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.144 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της πολυπλοκότητας της υπηρεσίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	245	81,1	81,1
Ναι	57	18,9	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.145 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της ανεπαρκούς καθοδήγησης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	229	75,8	75,8
Ναι	73	24,2	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.146 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της έλλειψης της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	149	49,3	49,3
Ναι	153	50,7	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.147 Μη χρησιμοποίηση της υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου λόγω της έλλειψης απόδειξης στις συναλλαγές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Όχι	174	57,6	57,6
Ναι	128	42,4	100,0

Σύνολο	302	100,0	
--------	-----	-------	--

Πίνακας 1.148 Αν όσοι δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	4	1,3	1,3
Όχι	211	69,9	71,2
Ναι	87	28,8	100,0
Σύνολο	302	100,0	

Πίνακας 1.149 Αν όσοι χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Αθροιστική Συχνότητα (%)
Δεν απάντησαν	1	2,1	2,1
Όχι	7	14,6	16,7
Ναι	40	83,3	100,0
Σύνολο	48	100,0	

Πίνακες Διπλής Εισόδου

Πίνακας 2.1 Φύλο – Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	Συχνότητα Ποσοστό	62 17,7%	116 33,1%	178 50,9%
	Άνδρας	Συχνότητα Ποσοστό	61 17,4%	111 31,7%	172 49,1%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.2 Ηλικία – Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Ηλικία	18-24	Συχνότητα Ποσοστό	9 2,6%	48 13,7%	57 16,3%
	25-34	Συχνότητα Ποσοστό	15 4,3%	95 27,1%	110 31,4%
	35-44	Συχνότητα Ποσοστό	22 6,3%	51 14,6%	73 20,9%
	45-54	Συχνότητα Ποσοστό	45 12,9%	29 8,3%	74 21,1%
	55-64	Συχνότητα Ποσοστό	22 6,3%	2 0,6%	24 6,9%
	Άνω των 65	Συχνότητα Ποσοστό	10 2,9%	2 0,6%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.3 Μορφωτικό Επίπεδο –Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ΑΤΜ)

			Χρήση ΑΤΜ		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	35 10,0%	2 0,6%	37 10,6%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	21 6,0%	3 0,9%	24 6,9%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	34 9,7%	73 20,9%	107 30,6%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	30 8,6%	128 36,6%	158 45,1%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	3 0,9%	19 5,4%	22 6,3%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	2 0,6%	2 0,6%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.4 Επάγγελμα –Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ΑΤΜ)

			Χρήση ΑΤΜ		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Επάγγελμα	Άνεργος/η	Συχνότητα Ποσοστό	1 0,3%	5 1,4%	6 1,7%
	Οικιακά	Συχνότητα Ποσοστό	24 6,9%	6 1,7%	30 8,6%
	Φοιτητής/τρια	Συχνότητα Ποσοστό	5 1,4%	26 7,4%	31 8,9%
	Δημόσιος υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	17 4,9%	75 21,4%	92 26,3%
	Ιδιωτικός υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	50 14,3%	93 26,6%	143 40,9%
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συχνότητα Συχνότητα	17 4,9%	19 5,4%	36 10,3%
	Συνταξιούχος	Ποσοστό	9 2,6%	3 0,9%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.5 Οικογενειακή Κατάσταση –Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Οικογενειακή Κατάσταση	Ελεύθερος/η	Συχνότητα Ποσοστό	19 5,4%	74 21,1%	93 26,6%
	Συμβίωση	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	23 6,6%	23 6,6%
	Παντρεμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	91 26,0%	123 35,1%	214 61,1%
	Διαζευγμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	9 2,6%	5 1,4%	14 4,0%
	Χήρος/α	Συχνότητα Ποσοστό	4 1,1%	2 ,6%	6 1,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.6 Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα – Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα	£350	Συχνότητα Ποσοστό	9 2,6%	13 3,7%	22 6,3%
	£351- £700	Συχνότητα Ποσοστό	23 6,6%	37 10,6%	60 17,1%
	£701- £1050	Συχνότητα Ποσοστό	41 11,7%	62 17,7%	103 29,4%
	£1051- £1400	Συχνότητα Ποσοστό	33 9,4%	50 14,3%	83 23,7%
	£1401 - £1750	Συχνότητα Ποσοστό	7 2,0%	33 9,4%	40 11,4%
	Πάνω από £1751	Συχνότητα Ποσοστό	10 2,9%	32 9,1%	42 12,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.7 Φύλο – Συχνότητα χρήσης Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Φύλο		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Γυναίκα	Άνδρας	
Συχνότητα Χρήσης ATM	Μία φορά την εβδομάδα	Συχνότητα Ποσοστό	47 20,7%	38 16,7%	85 37,4%
	Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	Συχνότητα Ποσοστό	46 20,3%	52 22,9%	98 43,2%
	Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	Συχνότητα Ποσοστό	15 6,6%	8 3,5%	23 10,1%
	Μία φορά το μήνα	Συχνότητα Ποσοστό	6 2,6%	2 0,9%	8 3,5%
	Σπάνια	Συχνότητα Ποσοστό	2 0,9%	11 4,8%	13 5,7%
Συχνότητα / Ποσοστό κατά στήλη		Συχνότητα Ποσοστό	116 51,1%	111 48,9%	227 100,0%

Πίνακας 2.8 Μορφωτικό Επίπεδο – Συχνότητα χρήσης Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Συχνότητα χρήσης Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)					Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Μία φορά την εβδομάδα	Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	Μία φορά τον μήνα	Σπάνια	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	1 0,4%	0 0,0%	1 0,4%	0 0,0%	0 0,0%	2 0,9%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	2 0,9%	1 0,4%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	3 1,3%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	26 11,5%	23 10,1%	10 4,4%	5 2,2%	9 4,0%	73 32,2%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	48 21,1%	61 26,9%	12 5,3%	3 1,3%	4 1,8%	128 56,4%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	8 3,5%	11 4,8%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	19 8,4%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	2 0,9%	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 0,9%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			85 37,4%	98 43,2%	23 10,1%	8 3,5%	13 5,7%	227 100,0%

Πίνακας 2.9 Φύλο –Μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	Συχνότητα Ποσοστό	34 15,0%	82 36,1%	116 51,1%
	Ανδρας	Συχνότητα Ποσοστό	52 22,9%	59 26,0%	111 48,9%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			86 37,9%	141 62,1%	227 100,0%

Πίνακας 2.10 Μορφωτικό Επίπεδο –Στάση ατόμων που δεν χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σε αυτά (Τα ATM δεν είναι χρήσιμα)

			Τα ΑΤΜ δεν είναι χρήσιμα		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	26 21,1%	9 7,3%	35 28,5%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	20 16,3%	1 0,8%	21 17,1%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	30 24,4%	4 3,3%	34 27,6%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	27 22,0%	3 2,4%	30 24,4%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	3 2,4%	0 0,0%	3 2,4%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			106 86,2%	17 13,8%	123 100,0%

Πίνακας 2.11 Μορφωτικό Επίπεδο –Στάση ατόμων απέναντι σε μία καινοτομία
(Τα ATM είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό)

			Τα ATM είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	23 18,7%	12 9,8%	35 28,5%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	17 13,8%	4 3,3%	21 17,1%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	26 21,1%	8 6,5%	34 27,6%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	23 18,7%	7 5,7%	30 24,4%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	3 2,4%	0 0,0%	3 2,4%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			92 74,8%	31 25,2%	123 100,0%

Πίνακας 2.12 Φύλο –Μικρός βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των Μηχανών
Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Μικρός βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	Συχνότητα Ποσοστό	54 43,9%	8 6,5%	62 50,4%
	Ανδρας	Συχνότητα Ποσοστό	46 37,4%	15 12,2%	61 49,6%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			100 81,3%	23 18,7%	123 100,0%

Πίνακας 2.13 Χρήση υποκαταστημάτων των τραπεζών - Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

			Χρήση τραπεζικών υποκαταστημάτων		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση ATM	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	1 0,3%	122 34,9%	123 35,1%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	4 1,1%	223 63,7%	227 64,9%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			5 1,4%	345 98,6%	350 100,0%

Πίνακας 2.14 Βαθμός χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή – Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Βαθμός χειρισμού ηλεκτρονικού υπολογιστή	Καθόλου	Συχνότητα Ποσοστό	76 21,7%	0 0,0%	76 21,7%
	Ελάχιστα	Συχνότητα Ποσοστό	43 12,3%	0 0,0%	43 12,3%
	Μέτρια	Συχνότητα Ποσοστό	81 23,1%	18 5,1%	99 28,3%
	Πολύ καλά	Συχνότητα Ποσοστό	64 18,3%	27 7,7%	91 26,0%
	Εξαιρετικά	Συχνότητα Ποσοστό	16 4,6%	25 7,1%	41 11,7%
Συχνότητα / Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.15 Φύλο – Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	Συχνότητα Ποσοστό	155 44,3%	23 6,6%	178 50,9%
	Άνδρας	Συχνότητα Ποσοστό	125 35,7%	47 13,4%	172 49,1%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.16 Ηλικία – Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Ηλικία	18-24	Συχνότητα Ποσοστό	50 14,3%	7 2,0%	57 16,3%
	25-34	Συχνότητα Ποσοστό	75 21,4%	35 10,0%	110 31,4%
	35-44	Συχνότητα Ποσοστό	57 16,3%	16 4,6%	73 20,9%
	45-54	Συχνότητα Ποσοστό	65 18,6%	9 2,6%	74 21,1%
	55-64	Συχνότητα Ποσοστό	22 6,3%	2 0,6%	24 6,9%
	Άνω των 65	Συχνότητα Ποσοστό	11 3,1%	1 0,3%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.17 Μορφωτικό Επίπεδο –Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	36 10,3%	1 0,3%	37 10,6%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	24 6,9%	0 0,0%	24 6,9%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	92 26,3%	15 4,3%	107 30,6%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	119 34,0%	39 11,1%	158 45,1%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	9 2,6%	13 3,7%	22 6,3%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	2 0,6%	2 0,6%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.18 Επάγγελμα –Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Επάγγελμα	Άνεργος/η	Συχνότητα Ποσοστό	4 1,1%	2 0,6%	6 1,7%
	Οικιακά	Συχνότητα Ποσοστό	29 8,3%	1 0,3%	30 8,6%
	Φοιτητής/τρια	Συχνότητα Ποσοστό	29 8,3%	2 0,6%	31 8,9%
	Δημόσιος υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	77 22,0%	15 4,3%	92 26,3%
	Ιδιωτικός υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	100 28,6%	43 12,3%	143 40,9%
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συχνότητα Ποσοστό	31 8,9%	5 1,4%	36 10,3%
	Συνταξιούχος	Συχνότητα Ποσοστό	10 2,9%	2 0,6%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.19 Οικογενειακή Κατάσταση –Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Οικογενειακή Κατάσταση	Ελεύθερος/η	Συχνότητα Ποσοστό	77 22,0%	16 4,6%	93 26,6%
	Συμβίωση	Συχνότητα Ποσοστό	14 4,0%	9 2,6%	23 6,6%
	Παντρεμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	169 48,3%	45 12,9%	214 61,1%
	Διαζευγμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	14 4,0%	0 0,0%	14 4,0%
	Χήρος/α	Συχνότητα Ποσοστό	6 1,7%	0 0,0%	6 1,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.20 Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα – Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση Internet Banking		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα	£350	Συχνότητα Ποσοστό	17 4,9%	5 1,4%	22 6,3%
	£351- £700	Συχνότητα Ποσοστό	51 14,6%	9 2,6%	60 17,1%
	£701- £1050	Συχνότητα Ποσοστό	93 26,6%	10 2,9%	103 29,4%
	£1051- £1400	Συχνότητα Ποσοστό	68 19,4%	15 4,3%	83 23,7%
	£1401 - £1750	Συχνότητα Ποσοστό	24 6,9%	16 4,6%	40 11,4%
	Πάνω από £1751	Συχνότητα Ποσοστό	27 7,7%	15 4,3%	42 12,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.21 Χρήση υποκαταστημάτων των τραπεζών - Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση τραπεζικών υποκαταστημάτων		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	5 1,4%	275 78,6%	280 80,0%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	70 20,0%	70 20,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			5 1,4%	345 98,6%	350 100,0%

Πίνακας 2.22 Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) - Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	118 33,7%	162 46,3%	280 80,0%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	5 1,4%	65 18,6%	70 20,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

Πίνακας 2.23 Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής (Internet Banking)- Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση Ηλεκτρονικής Τραπεζικής		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	263 75,1%	39 11,1%	302 86,3%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	17 4,9%	31 8,9%	48 13,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			280 80,0%	70 20,0%	350 100,0%

Πίνακας 2.24 Φύλο – Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Φύλο	Γυναίκα	Συχνότητα Ποσοστό	161 46,0%	17 4,9%	178 50,9%
	Άνδρας	Συχνότητα Ποσοστό	141 40,3%	31 8,9%	172 49,1%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100,0%

Πίνακας 2.25 Ηλικία – Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Ηλικία	18-24	Συχνότητα Ποσοστό	50 14,3%	7 2,0%	57 16,3%
	25-34	Συχνότητα Ποσοστό	87 24,9%	23 6,6%	110 31,4%
	35-44	Συχνότητα Ποσοστό	63 18,0%	10 2,9%	73 20,9%
	45-54	Συχνότητα Ποσοστό	67 19,1%	7 2,0%	74 21,1%
	55-64	Συχνότητα Ποσοστό	23 6,6%	1 0,3%	24 6,9%
	Άνω των 65	Συχνότητα Ποσοστό	12 3,4%	0 0,0%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100,0%

Πίνακας 2.26 *Μορφωτικό Επίπεδο –Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου*

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μορφωτικό Επίπεδο	Απόφοιτος Δημοτικού	Συχνότητα Ποσοστό	37 10,6%	0 0,0%	37 10,6%
	Απόφοιτος Γυμνασίου	Συχνότητα Ποσοστό	22 6,3%	2 0,6%	24 6,9%
	Απόφοιτος Λυκείου	Συχνότητα Ποσοστό	98 28,0%	9 2,6%	107 30,6%
	Απόφοιτος Πανεπιστημίου / Κολλεγίου	Συχνότητα Ποσοστό	131 37,4%	27 7,7%	158 45,1%
	Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	14 4,0%	8 2,3%	22 6,3%
	Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	2 0,6%	2 0,6%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100%

Πίνακας 2.27 *Επάγγελμα –Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου*

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Επάγγελμα	Ανεργος/η	Συχνότητα Ποσοστό	6 1,7%	0 0,0%	6 1,7%
	Οικιακά	Συχνότητα Ποσοστό	29 8,3%	1 0,3%	30 8,6%
	Φοιτητής/τρια	Συχνότητα Ποσοστό	28 8,0%	3 0,9%	31 8,9%
	Δημόσιος υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	77 22,0%	15 4,3%	92 26,3%
	Ιδιωτικός υπάλληλος	Συχνότητα Ποσοστό	118 33,7%	25 7,1%	143 40,9%
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Συχνότητα Ποσοστό	32 9,1%	4 1,1%	36 10,3%
	Συνταξιούχος	Συχνότητα Ποσοστό	12 3,4%	0 0,0%	12 3,4%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100,0%

Πίνακας 2.28 Οικογενειακή Κατάσταση –Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Οικογενειακή Κατάσταση	Ελεύθερος/η	Συχνότητα Ποσοστό	83 23,7%	10 2,9%	93 26,6%
	Συμβίωση	Συχνότητα Ποσοστό	14 4,0%	9 2,6%	23 6,6%
	Παντρεμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	185 52,9%	29 8,3%	214 61,1%
	Διαζευγμένος/η	Συχνότητα Ποσοστό	14 4,0%	0 0,0%	14 4,0%
	Χήρος/α	Συχνότητα Ποσοστό	6 1,7%	0 0,0%	6 1,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100,0%

Πίνακας 2.29 Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα – Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα	£350	Συχνότητα Ποσοστό	21 6,0%	1 0,3%	22 6,3%
	£351- £700	Συχνότητα Ποσοστό	57 16,3%	3 0,9%	60 17,1%
	£701- £1050	Συχνότητα Ποσοστό	92 26,3%	11 3,1%	103 29,4%
	£1051- £1400	Συχνότητα Ποσοστό	72 20,6%	11 3,1%	83 23,7%
	£1401 - £1750	Συχνότητα Ποσοστό	29 8,3%	11 3,1%	40 11,4%
	Πάνω από £1751	Συχνότητα Ποσοστό	31 8,9%	11 3,1%	42 12,0%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			302 86,3%	48 13,7%	350 100,0%

Πίνακας 2.30 Χρήση υποκαταστημάτων των τραπεζών - Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση τραπεζικών υποκαταστημάτων		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	5 1,4%	297 84,9%	302 86,3%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	0 0,0%	48 13,7%	48 13,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			5 1,4%	345 98,6%	350 100,0%

Πίνακας 2.31 Χρήση Μηχανών Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) - Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου

			Χρήση ATM		Συχνότητα/ Ποσοστό κατά σειρά
			Όχι	Ναι	
Χρήση Τραπεζικής Υπηρεσίας μέσω τηλεφώνου	Όχι	Συχνότητα Ποσοστό	120 34,3%	182 52,0%	302 86,3%
	Ναι	Συχνότητα Ποσοστό	3 0,9%	45 12,9%	48 13,7%
Συχνότητα/ Ποσοστό κατά στήλη			123 35,1%	227 64,9%	350 100,0%

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ «ΑΓΩΓΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ»

Το παρόν ερωτηματολόγιο διανέμεται στα πλαίσια της μεταπτυχιακής μελέτης «Το τραπεζικό σύστημα - τρόποι προσέγγισης του καταναλωτή. Η περίπτωση της Κύπρου». Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και τα στοιχεία του θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τις ανάγκες της διπλωματικής εργασίας. Σας παρακαλώ να απαντήσετε στις ερωτήσεις που ακολουθούν. Η βοήθειά σας είναι πολύτιμη. Ευχαριστώ εκ των προτέρων.

Φοιτήτρια: Χριστοδούλου Μαρία

Αριθμός Ερωτηματολογίου

Ημερομηνία

(Σημειώστε X το τετραγωνάκι που σας αντιπροσωπεύει)

I. Δημογραφικά Στοιχεία

1. Φύλο: Άνδρας ☐ Γυναίκα ☐

2. Ηλικία

3. Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο;

Απόφοιτος Δημοτικού

☐

Απόφοιτος Γυμνασίου

☐

Απόφοιτος Λυκείου

☐

Απόφοιτος Πανεπιστημίου/ Κολλεγίου

☐

Κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου

☐

Κάτοχος Διδακτορικού τίτλου

☐

4. Ποιο είναι το επάγγελμα σας;

Άνεργος/η

☐

Οικιακά

☐

Φοιτητής/τρια

☐

Δημόσιος υπάλληλος

☐

Ιδιωτικός υπάλληλος

☐

Ελεύθερος Επαγγελματίας

☐

Συνταξιούχος

☐

5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Ελεύθερος/η

☐

Συμβίωση

☐

Παντρεμένος/η

☐

Διαζευγμένος/η

☐

Χήρος/α

☐

6. Ποιο είναι το μηνιαίο οικογενειακό σας εισόδημα;

£350

☐

£351- £700

☐

£701- £1050

☐

£1051- £1400	
£1401 - £1750	
Πάνω από £1751	

7. Σημειώστε X για κάθε μία από τις παρακάτω επιλογές που χρησιμοποιείτε για τις συναλλαγές σας με την τράπεζα:

	NAI	OXI
Δίκτυο καταστημάτων		
Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)		
Διαδίκτυο (internet banking)		
Τηλέφωνο (τηλετράπεζα)		

II. Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM)

8. Χρησιμοποιείτε τα ATM για τις τραπεζικές σας συναλλαγές;

Nai Όχι

9. Αν ναι, πόσο συχνά τα χρησιμοποιείτε ανά μήνα;

Μία φορά την εβδομάδα	
Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	
Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	
Μία φορά το μήνα	
Σπάνια	

10. Σημειώστε X για τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιείτε μέσω των ATM

	NAI	OXI
Ανάληψη χρημάτων		
Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας λογαριασμό ή ξένο)		
Πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας		
Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα)		
Κατάθεση μετρητών ή επιταγών		
Εκτόπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού		
Ανάκληση πληρωμής επιταγής		
Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών		
Παραγγελία εντύπου καταθέσεων		
Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN)		
Όλα τα ανωτέρω		

11. Αν χρησιμοποιείτε τα ATM για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε για ποιους από τους παρακάτω λόγους συμβαίνει αυτό:

NAI

OXI

▪ Η ύπαρξη των ATM είναι χρήσιμη και αποτελεσματική		
▪ Η ύπαρξη των ATM είναι κάτι καινούριο αλλά σημαντικό		
▪ Τα ATM παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές		
▪ Το δίκτυο των ATM είναι μεγάλο (βολική τοποθεσία)		
▪ Τα ATM έχουν εύχρηστο μενού		
▪ Τα ATM έχουν καλή ποιότητα και μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών		
▪ Δεν εμφανίζονται συχνά λάθη και αδυναμίες (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών στα ATM		
▪ Τα ATM είναι πρακτικά στη χρήση (δεν υπάρχουν προβλήματα όρασης)		
▪ Υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες των ATM		
▪ Υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τη χρήση των ATM		

12. Αν δεν χρησιμοποιείτε τα ATM για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε για ποιους από τους παρακάτω λόγους συμβαίνει αυτό:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

▪ Τα ATM δεν είναι χρήσιμα		
▪ Η ύπαρξη των ATM είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό		
▪ Τα ATM δεν παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές		
▪ Το δίκτυο των ATM δεν είναι μεγάλο (μη βολική τοποθεσία)		
▪ Τα ATM έχουν δύσχρηστο μενού		
▪ Τα ATM δεν έχουν καλή ποιότητα και ούτε μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών		
▪ Εμφάνιση λαθών και αδυναμιών (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών στα ATM		
▪ Τα ATM δεν είναι πρακτικά στη χρήση (προβλήματα όρασης)		
▪ Δεν υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες των ATM		
▪ Δεν υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τη χρήση και τις προσφερόμενες υπηρεσίες των ATM		

Όσοι έχουν απαντήσει ΟΧΙ στην ερώτηση 8 παρακαλώ απαντήστε στην ερώτηση 13

13. Όσοι δεν χρησιμοποιούν τα ATM στο μέλλον προτίθενται να τα χρησιμοποιήσουν;

Ναι

Όχι

Όσοι έχουν απαντήσει ΝΑΙ στην ερώτηση 8 παρακαλώ απαντήστε στην ερώτηση 14

14. Όσοι ήδη χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση τους;

Ναι Όχι

III. Ηλεκτρονική Τραπεζική (Internet Banking)

15. Πόσο καλά ξέρετε να χειρίζεστε ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή;

Καθόλου	
Ελάχιστα	
Μέτρια	
Πολύ καλά	
Εξαιρετικά	

16. Έχετε πρόσβαση στο Διαδίκτυο; Ναι Όχι

17. Αν ναι, σε ποιο από τα παρακάτω μέρη συνήθως έχετε πρόσβαση;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Σπίτι		
Εργασιακός χώρος		
Πανεπιστήμιο		
Internet cafe		

18. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;

Καθημερινά	
3- 5 φορές την εβδομάδα	
1-2 φορές την εβδομάδα	
Μερικές φορές το μήνα	
Σπάνια	
Ποτέ	

19. Σημειώστε Χ για ποιους λόγους χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο.

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Ενημέρωση		
Ψυχαγωγία		
Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο		
Επαγγελματικοί λόγοι σύνδεσης		
Ηλεκτρονικό εμπόριο		
Ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες		

20. Γνωρίζετε τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική (Internet Banking);

Ναι

Όχι

21. Ποια από τις παρακάτω προτάσεις πιστεύετε ότι περιγράφει την έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής;

Όταν πηγαίνω στο ταμείο του υποκαταστήματος της τράπεζας και ο ταμίας εκτελεί την συναλλαγή μου ηλεκτρονικά.

Όταν εκτελώ μόνος/η μου τις τραπεζικές μου συναλλαγές μέσω του διαδικτύου.

Όταν εκτελώ τις τραπεζικές μου συναλλαγές μέσω των ΑΤΜ.

22. Αν γνωρίζετε τι είναι η ηλεκτρονική τραπεζική, από πού ενημερωθήκατε;

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Από το προσωπικό της τράπεζας που συνεργάζομαι

Από φίλους / συγγενείς

Από διαφημίσεις

Από το διαδίκτυο

23. Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για τραπεζικές εργασίες, πόσο συχνά συμβαίνει αυτό την εβδομάδα;

Αρκετές φορές κατά τη διάρκεια μιας ημέρας

Μία φορά την ημέρα

Αρκετές φορές την εβδομάδα

Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα

Μία φορά την εβδομάδα

24. Σημειώστε X για τα είδη συναλλαγών που πραγματοποιείτε μέσω του διαδικτύου

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας λογαριασμό ή ξένο)

Πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας

Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, τηλέφωνο)

Πληροφορίες (για λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές κάρτες, επιτόκια)

Υπόλοιπα και καταστάσεις λογαριασμών

Ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών

Εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής

Εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής

λογαριασμών κοινής ωφέλειας (ΑΤΗΚ, ΑΗΚ, Υδατοπρομήθεια)

Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών

Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN)

Όλα τα ανωτέρω

25. Αν χρησιμοποιείτε την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

▪ Προθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας		
▪ Υπάρχει επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της ηλεκτρονικής τραπεζικής		
▪ Υπάρχει εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο		
▪ Χαμηλό κόστος ηλεκτρονικών υπολογιστών και σύνδεσης στο διαδίκτυο		
▪ Η συνολική αξιοπιστία της τράπεζας		
▪ Η αξιοπιστία της τράπεζας στη διόρθωση λανθασμένων συναλλαγών		
▪ Η εμπιστοσύνη στην τράπεζα προκειμένου να αποζημιώσει σε περίπτωση παραβίασης θεμάτων ασφάλειας		
▪ Η διασφάλιση των προσωπικών στοιχείων του χρήστη από την τράπεζα		
▪ Η διαφάνεια στην ενημέρωση του χρήστη από την τράπεζα για τους όρους των συναλλαγών		
▪ Η ασφάλεια και ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου		
▪ Απαίτηση διπλής επικύρωσης (ταυτότητα χρήστη και κωδικός πρόσβασης)		
▪ Ύπαρξη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών		
▪ Πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο		
▪ Εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών		
▪ Εξοικονόμηση χρόνου και κόστους		
▪ Υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα		
▪ Στιγμιαία ανατροφοδότηση για τις συναλλαγές		
▪ Ευκολία εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών		
▪ Η αποτελεσματική λειτουργία της ιστοσελίδας της τράπεζας		
▪ Η ευκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας		
▪ Η ελκυστική εμφάνιση της ιστοσελίδας της τράπεζας		

26. Αν δεν χρησιμοποιείτε την ηλεκτρονική τραπεζική για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό:

	<i>ΝΑΙ</i>	<i>ΟΧΙ</i>
▪ Η απροθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας		
▪ Η ελλιπής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της υπηρεσίας		
▪ Η δυσκολία πρόσβασης στο διαδίκτυο		
▪ Κόστος ηλεκτρονικών υπολογιστών και σύνδεσης στο διαδίκτυο		
▪ Η έλλειψη συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας		
▪ Οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου		
▪ Η έλλειψη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών (πολυπλοκότητα)		
▪ Η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών		
▪ Η δυσκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας		
▪ Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας		
▪ Η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές		

27. Όσοι δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν;

Ναι Όχι

28. Όσοι ήδη χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της;

Ναι Όχι

IV. Τραπεζική Υπηρεσία μέσω Τηλεφώνου (τηλετράπεζα)

29. Γνωρίζετε τι είναι η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου;

Ναι Όχι

30. Αν ναι, από πού ενημερωθήκατε;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Από το προσωπικό της τράπεζας που συνεργάζομαι		
Από φίλους / συγγενείς		
Από διαφημίσεις		

31. Χρησιμοποιείτε την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές σας συναλλαγές;

Ναι Όχι

32. Αν ναι, πόσο συχνά τη χρησιμοποιείτε ανά μήνα;

Μία φορά την εβδομάδα	
Δύο ή περισσότερες φορές την εβδομάδα	
Μία φορά κάθε δύο εβδομάδες	
Μία φορά το μήνα	
Σπάνια	

33. Σημειώστε ποια από τις παρακάτω υπηρεσίες χρησιμοποιείτε:

	NAI	OXI
Λειτουργοί Εξυπηρέτησης (Τηλεξυπηρέτηση)		
Αυτοματοποιημένο Σύστημα Εξυπηρέτησης μέσω τηλεφωνικής συσκευής		
Μέσω Κινητού Τηλεφώνου		

34. Σημειώστε X για τα είδη των συναλλαγών που πραγματοποιείτε μέσω τηλεφώνου

	NAI	OXI
Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας λογαριασμό ή ξένο)		
Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα)		
Ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμού		
Ενημέρωση σχετικά με την κίνηση του λογαριασμού σας		
Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών		
Ενημέρωση για τις τιμές ξένων νομισμάτων και μετοχών		
Ενεργοποίηση και ακύρωση κάρτας		
Ενεργοποίηση βιβλιαρίου επιταγών		
Όλα τα ανωτέρω		

35. Αν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό:

	NAI	OXI
▪ Πρόσβαση ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο		
▪ Εξοικονόμηση χρόνου και κόπου		
▪ Το μειωμένο κόστος από τη χρήση της υπηρεσίας (χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών)		
▪ Θετική στάση απέναντι στην τεχνολογία		
▪ Εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία		
▪ Επαρκής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της		
▪ Η δυνατότητα δοκιμαστικής χρήσης		
▪ Η ασφάλεια και αξιοπιστία των συναλλαγών		
▪ Η καλή συμπεριφορά του προσωπικού		
▪ Υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα		

36. Αν δεν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές σας συναλλαγές, παρακαλώ προσδιορίστε τους λόγους για τους οποίους συμβαίνει αυτό:

	<i>ΝΑΙ</i>	<i>ΟΧΙ</i>
▪ Αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία		
▪ Ελλιπής εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία		
▪ Ελλιπής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της		
▪ Η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών		
▪ Οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών		
▪ Η πολυπλοκότητα της υπηρεσίας		
▪ Η ανεπαρκής καθοδήγηση		
▪ Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας		
▪ Η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές		

Όσοι έχουν απαντήσει ΟΧΙ στην ερώτηση 31 παρακαλώ απαντήστε στην ερώτηση 37

37. Όσοι δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν;

Ναι

Όχι

Όσοι έχουν απαντήσει ΝΑΙ στην ερώτηση 31 παρακαλώ απαντήστε στην ερώτηση 38

38. Όσοι ήδη χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της;

Ναι

Όχι

<u>Ερευνητές - Έτος</u>	<u>Χώρα μελέτης</u>	<u>Χρονολογία δεδομένων</u>	<u>Μεταβλητές</u>	<u>Βασικά Αποτελέσματα</u>
Sohail and Shanmugham (2002) <i>Information Sciences</i>	Μαλαισία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Ιούλιος – Δεκέμβριος 2000)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση internet banking Ανεξάρτητες: Ευκολία πρόσβασης στο Διαδίκτυο, Ενημέρωση για το ebanking, Προθυμία απέναντι στην αλλαγή, Κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης διαδικτύου, Εμπιστοσύνη πελάτη στην τράπεζά του, Θέματα ασφάλειας, Ευκολία χρήσης και Οφέλη από αυτή και Δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, μηνιαίο εισόδημα)	Οι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την υιοθέτηση του internet banking στη Μαλαισία: Ευκολία πρόσβασης στο Διαδίκτυο, Ενημέρωση για το ebanking, Προθυμία απέναντι στην αλλαγή, Κόστος των ηλεκτρονικών υπολογιστών και της σύνδεσης διαδικτύου, Εμπιστοσύνη πελάτη στην τράπεζά του, Θέματα ασφάλειας, Ευκολία χρήσης και Οφέλη από αυτή Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τα οποία έγινε μια σύγκριση μεταξύ των ατόμων που χρησιμοποιούν ebanking και αυτών που δεν χρησιμοποιούν, παρατηρήθηκε ότι όσον αφορά την ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο δεν υπάρχει καμία διαφορά ανάμεσα στις δύο κατηγορίες. Μόνο το μηνιαίο εισόδημα φαίνεται ότι επηρεάζει.
Suh and Han (2002) <i>Electronic Commerce Research and Applications</i>	Κορέα	Διαστρωματικά Δεδομένα (3/9 - 19/9/2001)	Εξαρτημένη: αποδοχή internet banking Ανεξάρτητες: Εμπιστοσύνη, Χρησιμότητα, Ευκολία χρήσης, Συμπεριφορά αντιμετώπισης και Πρόθεση χρησιμοποίησης	Καθοριστικοί παράγοντες αποδοχής του internet banking από τους πελάτες: Η εμπιστοσύνη είναι τους πιο σημαντικούς παράγοντες που θα κρίνει ο πελάτης αν θα χρησιμοποιήσει το internet banking. Σημαντικοί είναι επίσης η χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης του internet banking. Η εμπιστοσύνη έχει πιο άμεση επίδραση στη συμπεριφορά του πελάτη παρά η ευκολία χρήσης του internet banking.
Liao and Cheung (2001) <i>Information and Management</i>	Σιγκαπούρη	Διαστρωματικά Δεδομένα (2000)	Εξαρτημένη: η προθυμία των πελατών να χρησιμοποιήσουν internet banking (W) Ανεξάρτητες: ασφάλεια συναλλαγών (SECURE), ακρίβεια συναλλαγών (ACCU), ταχύτητα δικτύου (SPEED), ευκολία χρήσης (FRIEND), εμπειρία του χρήστη (EXPER), εμπλοκή του χρήστη στη διαδικασία (INVOL) και η άνεση που προσφέρει (CONV)	$w = -0,48 + 0,21 \text{ SECURE} + 0,50 \text{ ACCU} + 0,19 \text{ SPEED} + 0,11 \text{ FRIEND} - (-1,52) \quad (4,85) \quad (11,36) \quad (5,42) \quad (3,37)$ $0,003 \text{ EXPER} + 0,008 \text{ NVOL} + 0,04 \text{ CONV}$ $(-1,22) \quad (2,95) \quad (1,23)$ $R^2 = 0,62 \quad F(\text{stat}) = 71,53$ Η προθυμία των πελατών να χρησιμοποιήσουν το internet banking εξαρτάται από την ασφάλεια των συναλλαγών (SECURE), την ακρίβεια των συναλλαγών (ACCU), την ταχύτητα του δικτύου (SPEED), την ευκολία χρήσης (FRIEND) και την εμπλοκή του

Pepermans et al. (1996) <i>Journal of Economic Psychology</i>	Βέλγιο	Διαστρωματικά Δεδομένα (Ανοιξη 1995)	Εξαρτημένη: Συχνότητα χρήσης των ATM (FREQ) Ανεξάρτητες: Δημογραφικά χαρακτηριστικά (εισόδημα- INCOME , μορφωτικό επίπεδο - EDUC και βαθμός αστικοποίησης - URBAN), Στάση ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών τους συναλλαγών απέναντι σ' αυτά (αποδοτικότητα - EFFICIENCY, χρησιμότητα - USEFUL), Στάση απέναντι σε μία καινοτομία (Κάτι καινούριο είναι περιττό - NEWWASTE), Μειονεκτήματα των ATM (Λάθη - MACHFAIL και αδυναμίες των μηχανημάτων - MASHSHORT), Προβλήματα ανθρώπου – μηχανής (Μη πρακτικά - NONPRAC και Προβλήματα όρασης - VISIPROB) και Λόγοι επιλογής τράπεζας (Οικονομικοί - FINSERV)	χρήστη στη διαδικασία (INVOL) Η στάση των ατόμων που χρησιμοποιούν τα ATM απέναντι σ' αυτά , δηλαδή τα θέματα αποδοτικότητας και χρησιμότητας που αυτά τους προσφέρουν έχει μεγάλη επίδραση στη συχνότητα χρήσης τους. Η στάση «Κάτι καινούριο είναι περιττό» δεν έχει σχέση με την συχνότητα που ένα άτομο χρησιμοποιεί τα ATM για την εκτέλεση των τραπεζικών του συναλλαγών. Το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο έχουν μία έμμεση σχέση με τη συχνότητα χρήσης των ATM, ενώ ο βαθμός αστικοποίησης έχει άμεση. Τα μειονεκτήματα των ATM (Λάθη και αδυναμίες) και τα προβλήματα ανθρώπου – μηχανής (Μη πρακτικότητα και Προβλήματα όρασης) ελκύουν την προσοχή των ανθρώπων και επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης των ATM με αρνητικό τρόπο.
Colonia – Willner (2004) <i>Computers in Human Behavior</i>	ΗΠΑ	Διαστρωματικά Δεδομένα (2002)	Εξαρτημένες: Ακρίβεια (επιτυχής ή όχι τραπεζική συναλλαγή στα ATM) και χρόνος που κάνει ο πελάτης μέχρι να εκτελέσει μία τραπεζική συναλλαγή στα ATM (σε χιλιοστά δευτερολέπτου) Ανεξάρτητες: μορφωτικό επίπεδο, φύλο, ηλικία	Η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο σχετίζονται με το χρόνο που χρειάζεται ο πελάτης προκειμένου να ολοκληρώσει τη τραπεζική του συναλλαγή στα ATM, αλλά δεν σχετίζονται με τα λάθη που ενδεχομένως παρουσιαστούν σε μία συναλλαγή. Άνδρες και γυναίκες με το ίδιο μορφωτικό επίπεδο και ηλικία εκτελούν τις συναλλαγές τους στα ATM με την ίδια ακρίβεια. Οι άνδρες επισκέπτονται διπλάσιες φορές τα ATM σε σχέση με τις γυναίκες, ενώ άνδρες και γυναίκες χρειάζονται τον ίδιο χρόνο για να εκτελέσουν μία τραπεζική τους συναλλαγή στα ATM. Κατανομή λαθών των τραπεζικών συναλλαγών που πραγματοποιούνται σε ATM: 77% λάθη που οφείλονται στον πελάτη, 22% είναι μηχανικά λάθη (έλλειψη χαρτιού, μετρητών κλπ) και 1% λάθη που οφείλονται σε κακή επικοινωνία μεταξύ του ATM και του server.
Kim and Moon (1998) <i>Interacting with Computers</i>	Κορέα	Διαστρωματικά Δεδομένα (Μάιος 1997)	Εξαρτημένη: η «εικόνα» (interface) του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος Ανεξάρτητες: οπτικοί παράγοντες (virtual design) και συναισθηματικοί - εμπιστοσύνη	Οι συναισθηματικοί παράγοντες που επηρεάζουν τον πελάτη απέναντι στην εικόνα του ηλεκτρονικού τραπεζικού συστήματος είναι αυτοί που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη (αξιόπιστο ή μη).

				Όσον αφορά την συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ οπτικών και συναισθηματικών παραγόντων είναι μεγάλη αφού, οι οπτικοί παράγοντες (τίτλος χρώμα, εικόνα, κατάλογος – menu) επηρεάζουν σημαντικά τα συναισθήματα των πελατών που σχετίζονται με τη συμμετρία, την εμπιστοσύνη, την ακαταλληλότητα και την κομψότητα.
Luarn and Lin (2004) <i>Computers in Human Behavior</i>	Ταϊβάν	Διαστρωματικά Δεδομένα (2003)	Εξαρτημένη: πρόθεση χρήσης mobile banking Ανεξάρτητες: χρησιμότητα, ευκολία χρήσης, αξιοπιστία, ικανότητα – τεχνογνωσία, οικονομικό κόστος	Αν ο καταναλωτής θα χρησιμοποιήσει ή όχι το mobile banking, αυτό επηρεάζεται από τη χρησιμότητα που ενδέχεται να έχει, από την ευκολία χρήσης του, από την αξιοπιστία που έχει, από την ικανότητα – τεχνογνωσία του και από το οικονομικό κόστος που αυτό συνεπάγεται. Επίσης, η ευκολία χρήσης έχει θετική επίδραση στη χρησιμότητα και την αξιοπιστία, ενώ η ικανότητα – τεχνογνωσία του ατόμου έχει θετική επίδραση στην ευκολία χρήσης του mobile banking.
Kimberly et al. (1997) <i>Computer Industrial Engineering</i>	ΗΠΑ	Διαστρωματικά Δεδομένα (1995)	Εξαρτημένες: χρώμα γραμμάτων (κόκκινο, πράσινο, άσπρο) και βαθμός λεπτομέρειας των οδηγιών στις οθόνες των ATM (μικρός, μεγάλος και επιλογή βοήθειας) Ανεξάρτητες: φύλο, ηλικία (νεότεροι – ηλικιωμένοι ενήλικες)	Δεν βρέθηκε να υπάρχει σημαντική επίδραση των παραγόντων φύλο και ηλικία με το χρώμα των γραμμάτων στις οθόνες των ATM. Υπάρχει σημαντική αλληλεπίδραση μεταξύ του φύλου του πελάτη με το βαθμό λεπτομέρειας των οδηγιών στις οθόνες των ATM, μεταξύ ηλικίας και βαθμού λεπτομέρειας οδηγιών καθώς και μεταξύ των τριών αυτών μεταβλητών (φύλο-ηλικία- βαθμός λεπτομέρειας). Οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνδρες προτιμούν να υπάρχει μεγάλος βαθμός λεπτομερών οδηγιών στις οθόνες των ATM, ενώ οι πιο νέοι σε ηλικία άνδρες προτιμούν μικρό βαθμό λεπτομέρειας. Οι γυναίκες, τόσο οι πιο νέες όσο και αυτές με μεγαλύτερη ηλικία, προτιμούν το μικρό βαθμό λεπτομέρειας οδηγιών στις οθόνες των ATM. Την επιλογή βοήθειας την προτιμούν οι μεγαλύτεροι σε ηλικία άνδρες και όχι οι μικρότεροι.
Suganthi et al. (2001) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Μαλαισία	Διαστρωματικά Δεδομένα (2000)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση internet banking Ανεξάρτητες: Δημογραφικά χαρακτηριστικά (μέση ηλικία, μέσο μορφωτικό επίπεδο και μέσο μηνιαίο εισόδημα), Δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο, Καταναλωτική συνειδητοποίηση για το ebanking (Προθυμία να αλλάξουν συμπεριφορά), Κόστος υιοθέτησης, Ανησυχίες Ασφάλειας, Εμπιστοσύνη πελάτη στην τράπεζά του, Ευκολία και Ευκολία χρήσης	Στη σύγκριση που έγινε μεταξύ των χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής και μη, διαπιστώθηκε ότι η μέση ηλικία και το μέσο μορφωτικό επίπεδο δεν διαφέρει στις δύο κατηγορίες. Εκεί που υπάρχει διαφορά είναι στο επίπεδο μέσου μηνιαίου εισοδήματος, αφού φαίνεται ότι οι πιο εύποροι είναι αυτοί που υιοθετούν πιο εύκολα το internet banking. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση του internet banking στην Μαλαισία είναι η δυνατότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο, η προθυμία να αλλάξουν συμπεριφορά απέναντι στο ebanking, το κόστος υπολογιστών και πρόσβασης δικτύου, η εμπιστοσύνη του πελάτη στην τράπεζά του, ανησυχίες ασφάλειας, η ευκολία που

Mattila (2003) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Φινλανδία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Μάιος – Ιούλιος 2002)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση mobile banking Ανεξάρτητες: Δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, εισόδημα και επάγγελμα), Σχετικό πλεονέκτημα, Πολυπλοκότητα, Συμβατότητα, Ενημέρωση, Δυνατότητα Δοκιμαστικής Χρήσης και Κίνδυνος χρήσης.	παρέχει μία τέτοια υπηρεσία και η ευκολία χρήσης της. Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα οποία βρέθηκαν να επηρεάζουν την υιοθέτηση του SMS banking (με τη βοήθεια γραπτών μηνυμάτων) είναι η οικογενειακή κατάσταση και το μορφωτικό επίπεδο, ενώ τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τα οποία επηρεάζουν την υιοθέτηση του WAP banking (πραγματοποιείται με σύνδεση στο διαδίκτυο –GPRS) είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και το εισόδημα. Όσον αφορά το σχετικό πλεονέκτημα είναι σημαντικός παράγοντας για τη χρήση του mobile banking από τους πελάτες για λόγους όπως η πρόσβαση ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο, το κέρδος χρόνου και προσπάθειας και η μείωση κόστους που προσφέρει. Η πολυπλοκότητα του συστήματος του mobile banking μπορεί να λειτουργήσει σαν ανατρεπτικός παράγοντας στην υιοθέτηση του από τους καταναλωτές, και ειδικότερα λόγω της δυσλειτουργίας της υπηρεσίας αυτής και της ανεπαρκούς καθοδήγησης που ενδεχομένως έχει. Η συμβατότητα αναφέρεται στη στάση των πελατών απέναντι στην τεχνολογία, την υποδομή που έχουν και τη σχέση τους με προηγούμενες καινοτομίες. Όλα αυτά επιδρούν σημαντικά στην υιοθέτηση ή όχι του mobile banking. Η ενημέρωση για τη συγκεκριμένη υπηρεσία παίζει και αυτή σημαντικό ρόλο, και μπορεί να επιτευχθεί από το προσωπικό της τράπεζας, από διαφημίσεις, από συγγενικά άτομα κλπ. Όταν οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα της δοκιμαστικής χρήσης τότε είναι πολύ πιθανόν να την υιοθετήσουν πιο εύκολα. Ο κίνδυνος χρήσης και ειδικότερα η μη ασφάλεια και εμπιστοσύνη των υπηρεσιών από τους πελάτες είναι σημαντικός ανατρεπτικός παράγοντας υιοθέτησης του mobile banking.
Al-Sabbagh and Molla (2004) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Σουλτανάτο Ομάν	Διαστρωματικά Δεδομένα (Σεπτέμβριος - Νοέμβριος 2003)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση internet banking Ανεξάρτητες: Δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, επάγγελμα, μορφωτικό επίπεδο, μηνιαίο εισόδημα και χρήστης διαδικτύου ή όχι), συμβατότητα, χρησιμότητα, ευκολία χρήσης, εξωτερική επίδραση, εμπιστοσύνη	Το δημογραφικό προφίλ των ατόμων που χρησιμοποιούν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου, περιλαμβάνει νέα, μορφωμένα άτομα που απασχολούνται στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και που κατά πλειοψηφία (78%) χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο. Η συμβατότητα, το σχετικό πλεονέκτημα - χρησιμότητα και η ευκολία της χρήσης είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που έχουν θετική επίδραση στην υιοθέτηση του internet banking, ενώ η εξωτερική επιρροή δεν διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις αποφάσεις υιοθέτησης. Ανασταλτικοί παράγοντες για την υιοθέτηση του internet banking

				είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης που αισθάνονται οι καταναλωτές και η προτίμησή τους για πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους τραπεζικούς υπαλλήλους.
Balachandher et al. (2000) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Μαλαισία	Διαστρωματικά Δεδομένα (1999)	Σκοπός της συγκεκριμένης έρευνας είναι να περιγράψει τις εξελίξεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη Μαλαισία, να αναλύσει τα διάφορα ηλεκτρονικά κανάλια που χρησιμοποιούν οι εγχώριες τράπεζες και να καταγράψει τις αντιδράσεις των καταναλωτών απέναντι σ' αυτά.	Οι καταναλωτές στη Μαλαισία το βρίσκουν ακόμα χρήσιμο να επισκεφτούν τα καταστήματα τραπεζών τους τακτικά κάθε μήνα για να εκτελέσουν μερικές τραπεζικές συναλλαγές όπως οι επιστροφές υποθηκών και δανείου. Εντούτοις, αυτοί οι πελάτες χρησιμοποιούν συχνά τα ATM για άλλες συναλλαγές όπως οι αναλήψεις μετρητών και μεταφορά χρημάτων. Μεταξύ των ATM, του PC banking και του telebanking τα ATM είναι η ευρύτετα χρησιμοποιημένη μορφή ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Μαλαισία και μετά οι PC τραπεζικές εργασίες, οι οποίες είναι επιτυχείς ως ένα ορισμένο βαθμό μεταξύ των εταιρικών πελατών. Οι τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου (internet banking) δεν είναι ακόμα διαθέσιμες στη Μαλαισία, αλλά σημαντικό ποσοστό ατόμων δείχνει ενδιαφέρον για τη συγκεκριμένη υπηρεσία.
Ramaswami et al. (1998) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	ΗΠΑ	Διαστρωματικά Δεδομένα (1996)	Εξαρτημένη: χρήση ηλεκτρονικών καναλιών Ανεξάρτητες: ευκαιρία, δυνατότητα και κίνητρο	Αυξανόμενη ευκαιρία. Διαπιστώθηκε ότι οι άνθρωποι που δεν έχουν τα εργαλεία όπως ένας υπολογιστής δεν μπορούν να έχουν την ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά κανάλια. Ομοίως, οι άνθρωποι που δεν έχουν την οικονομική ικανότητα να αγοράσουν τα οικονομικά προϊόντα μπορούν να έχουν χαμηλότερη ευκαιρία να χρησιμοποιήσουν τέτοια κανάλια από εκείνους που έχουν το διαθέσιμο εισόδημα και τον πλούτο για λόγους επένδυσης. Αυξανόμενη δυνατότητα. Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στη δυνατότητά τους (επαρκής ή όχι γνώσεις για να εκτελέσουν συναλλαγές στο ηλεκτρονικό κανάλι) επηρεάζει σημαντικά τη δυνατότητά τους να διενεργήσουν ηλεκτρονικές οικονομικές πράξεις. Αυξανόμενο κίνητρο. Η ανάγκη για την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους οικονομικούς παράγοντες μειώνει σημαντικά την πιθανότητα για να διενεργήσουν οι πελάτες ηλεκτρονικές συναλλαγές.
Chin-Shan et al. (2004) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Ταϊβάν	Διαστρωματικά Δεδομένα (2002)	Εξαρτημένη: χρησιμοποίηση τραπεζικών ιστοσελίδων Ανεξάρτητες: Περιεχόμενο (σχετικότητα, χρήση media, βάθος/εύρος, τρέχουσες πληροφορίες), ευκολία χρήσης (στόχοι, δομή, ανατροφοδότηση), Προώθηση, Κατασκευή για μέσο χρήστη (κοινότητα, εξατομίκευση, καθαρή δομή) και Συναίσθημα (πρόκληση, πλοκή, δύναμη χαρακτήρα και ρυθμός)	Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει ένα χάσμα μεταξύ της προσδοκίας χρηστών και της πραγματικής δυνατότητας χρησιμοποίησης των ιστοσελίδων. Συγκεκριμένα, οι χρήστες ανέμεναν ότι οι τραπεζικές ιστοσελίδες θα περιείχαν το σχετικό περιεχόμενο, τις τρέχουσες πληροφορίες, τη σαφή δομή και την κατάλληλη ανατροφοδότηση. Εντούτοις, οι περισσότερες τράπεζες αφιερώθηκαν στο πώς να προωθηθούν στο κοινό.

Commerce				Αν και οι τράπεζες παρέχουν το μηχανισμό ανατροφοδότησης για τους πελάτες τους, οι στόχοι δεν είναι αρκετά σαφείς. Επιπλέον, προτείνετε ότι η χρήση των μέσων όπως η μουσική, το υπόβαθρο, και τα πολυμέσα μπορούν να βελτιωθούν. Το «περιεχόμενο» της ιστοσελίδας μιας τράπεζας ήταν η σημαντικότερη κατηγορία για τους καταναλωτές και από τις υποκατηγορίες του οι «τρέχουσες πληροφορίες». Επιπλέον, «η ευκολία χρήσης» ήταν η δεύτερη σημαντική κατηγορία, της οποίας η υποκατηγορία «ανατροφοδότηση» έχει το μεγαλύτερο βάρος.
Vijayan and Shanmugham (2003) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Μαλαισία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Ιανουάριος 2002)	Αξιολόγηση ποιότητας υπηρεσιών των τραπεζικών εργασιών Διαδικτύου (internet banking) στη Μαλαισία Προσφερόμενες Υπηρεσίες που αξιολογούνται: 1.Ευκολία χρήσης (Διεύθυνση ιστοσελίδας ασυνήθιστη και εύκολη στη μνήμη, Άλλες γλώσσες εκτός από Αγγλικά, Σαφείς οδηγίες, Απαιτήση διπλής επικύρωση - Ήταντότητα χρηστών & κωδικός πρόσβασης, Υπενθύμιση στον πελάτη για να αλλάζει τον κωδικό πρόσβασης του τακτικά, Περιεκτικό FAQ, Εξήγηση πώς να διατηρούν ασφαλή τα δεδομένα τους, Ωρες on line συναλλαγών), 2.Χαρακτηριστικά γνωρίσματα (Register online, Δυνατότητα να ελέγξουν τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, τα υπόλοιπα των πιστωτικών καρτών τους, τα υπόλοιπα των δανείων τους, να αλλάξουν online τον κωδικό πρόσβασής τους, να πληρώσουν άμεσα λογαριασμούς, να σχεδιάσουν την πληρωμή λογαριασμών για μια μεταγενέστερη ημερομηνία, να πληρώσουν τις πιστωτικές κάρτες που εκδίδονται από τις ίδιες τράπεζες, να ξεπληρώσουν δάνεια, να εφαρμόσουν την τηλεγραφική μεταφορά χρημάτων, να μεταφέρει λογαριασμούς από	Το συμπέρασμα της συγκεκριμένης έρευνας είναι ότι ανάλογα με το είδος της συναλλαγής πρέπει να ακολουθείται και ο απαιτούμενος τρόπος. Δηλαδή, ο έλεγχος ενός υπολοίπου λογαριασμού, η μεταφορά χρημάτων, η πληρωμή λογαριασμών και η αίτηση για πιστωτική κάρτα δεν απαιτούν την προσωπική επαφή, και ως εκ τούτου μπορούν να διενεργηθούν στο διαδίκτυο. Αντιθέτως, το άνοιγμα ενός νέου λογαριασμού, η αίτηση για ένα επιχειρηματικό δάνειο, το κλείσιμο μιας υποθήκης κλπ, απαιτούν ένα πιο ασφαλές περιβάλλον και την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία με τον υπάλληλο της τράπεζας. Επιπλέον, για να κάνει κάποιος ανάλυση μετρητών είναι αδύνατο μέσω του Διαδικτύου και απαιτεί είτε να πάει ο πελάτης σε ένα υποκατάστημα της τράπεζάς του είτε στα ATMs. Επειδή κάποιες τραπεζικές συναλλαγές είναι πιο δύσκολο να πραγματοποιηθούν μέσω κάποιων καναλιών σε σχέση με άλλα, και επειδή μερικοί πελάτες προτιμούν ορισμένα κανάλια παράδοσης, οι περισσότερες τράπεζες επεκτείνουν έναν συνδυασμό καναλιών παράδοσης. Τα παραδοσιακά πρόσωπο με πρόσωπο κανάλια πρέπει να αναδιαμορφωθούν εκ νέου ως κέντρα πωλήσεων για τα σύνθετα προϊόντα και για την πώληση των προϊόντων στους πιο κερδοφόρους πελάτες. Οι στερεότυπες συναλλαγές και οι πωλήσεις των λιγότερο σύνθετων προϊόντων πρέπει να μεταφερθούν στα εναλλακτικά κανάλια όπως το Διαδίκτυο ή το αυτοματοποιημένο κέντρο τράπεζας.

			διάφορα υποκαταστήματα, Διαθέσιμα αρχεία συναλλαγών για τουλάχιστον δύο μήνες, σταθερή κατάσταση) και 3.Πρόσθετες Υπηρεσίες (Υποστήριξη ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τηλεφωνική υποστήριξη 24 ώρες τη μέρα, Χρησιμότητα τηλεφωνικής υποστήριξης, δυνατότητα αγοράς αμοιβαίων κεφαλαίων, online αγορά, online ασφάλεια, δυνατότητα να παραγγείλουν ξανά επιταγή, δυνατότητα να αλλάζουν διεύθυνση, αιτήσεις πιστωτικών/χρεωστικών καρτών και αιτήσεις δανείων κατοικίας και αγοράς)	
Sathey (1997) <i>Journal of Internet Banking and Commerce</i>	Αυστραλία	Διαστρωματικά Δεδομένα (1996)	Περιγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στην Αυστραλία όσον αφορά την ηλεκτρονική τραπεζική και σχολιασμός του Wallis Report.	Ίσως λόγω της περιπλοκότητας που σχετίζεται με την ασφάλεια και την αξιοπιστία, όπως επίσης και την έλλειψη γνώσης για το διαδίκτυο στην Αυστραλία, είναι προφανές ότι οι τράπεζες στην Αυστραλία κινούνται αργά και με προσοχή στις τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου. Η εκπαίδευση των ανθρώπων είναι κρίσιμη, γιατί μόλις πειστούν οι πελάτες για τα πλεονεκτήματα των τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου, θα αρχίσουν να ασκούν πίεση στις τράπεζες τους για να προχωρήσουν γρήγορα με τις τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου, και έτσι θα αναπτυχθεί πιο γρήγορα το internet banking στην Αυστραλία, το οποίο σε σύγκριση με τη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη απέχει αρκετά.
Sathey (1999) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Αυστραλία	Διαστρωματικά Δεδομένα (1998)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση internet banking Ανεξάρτητες: Ανησυχίες ασφαλείας, Ευκολία χρήσης, Ελλιπής ενημέρωση για την υπηρεσία και τα οφέλη της, Παράλογη τιμολόγηση, Απροθυμία για αλλαγή, Διαθεσιμότητα υποδομής (πρόσβαση ή όχι σε Η/Υ και Διαδίκτυο) και δημογραφικά χαρακτηριστικά (ηλικία, επάγγελμα, εισόδημα και μορφωτικό επίπεδο)	Δεν βρέθηκε καμία συσχέτιση μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών και της πρόθεσής τους για υιοθέτηση του internet banking. Οι υπόλοιπες μεταβλητές επηρεάζουν σημαντικά την απόφαση των καταναλωτών για υιοθέτηση ή όχι του internet banking . Οι κυριότεροι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές δεν υιοθετούν την ηλεκτρονική τραπεζική είναι γιατί ανησυχούν για την ασφάλεια και προσστασία των συναλλαγών μέσω διαδικτύου (78%) και η ελλιπής ενημέρωση που έχουν για τη συγκεκριμένη υπηρεσία και τα οφέλη της (73%). Ο παράγοντας με τη λιγότερη σημασία για τη μη υιοθέτηση του internet banking για τους καταναλωτές είναι η μη πρόσβαση σε ηλεκτρονικό υπολογιστή ή διαδίκτυο (37%).
Rotchanakitumnuai	Ταϊλάνδη	Διαστρωματικά	Στην έρευνα αυτή ερευνώνται τα εμπόδια για την υιοθέτηση	Στη συγκεκριμένη έρευνα εντοπίστηκαν τα εμπόδια στην υιοθέτηση

and Speece (2003) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>		Δεδομένα (2001)	της ηλεκτρονικής τραπεζικής από τις εταιρείες στην Ταϊλάνδη. Η μελέτη διαπράχθηκε μεταξύ εταιρειών που ήδη χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική και εταιρειών που δεν τη χρησιμοποιούν. Οι μεταβλητές που ερευνήθηκαν χωρίστηκαν σε 3 μεγάλες κατηγορίες: Την εμπιστοσύνη για το σύστημα αυτό, τη νομική υποστήριξη που υπάρχει στη χώρα και τα οργανωτικά εμπόδια.	της ηλεκτρονικής τραπεζικής από εταιρικούς πελάτες στη Ταϊλάνδη και έγινε μία σύγκριση μεταξύ των χρηστών και μη. Τα εμπόδια διακρίνονται σε 3 μεγάλες κατηγορίες. Την εμπιστοσύνη για το σύστημα αυτό, τη νομική υποστήριξη που υπάρχει στη χώρα και τα οργανωτικά εμπόδια. Η εμπιστοσύνη των πελατών απέναντι στη συγκεκριμένη υπηρεσία αφορά θέματα ασφάλειας, αξιοπιστία των συναλλαγών και εμπιστοσύνη απέναντι στη τράπεζα σχετικά με την εμπειρία και την πολιτική της. Σχετικά με την εμπιστοσύνη αυτοί που ανησυχούν περισσότερο είναι αυτοί που δεν είναι χρήστες του internet banking. Η Νομική υποστήριξη της συγκεκριμένης υπηρεσίας αφορά τη δικαιοσύνη, την ικανότητα του δικαστηρίου να επιλύει αποτελεσματικά υποθέσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής και την προστασία των προσωπικών δεδομένων. Ίδιο επίπεδο ανησυχίας έχουν οι χρήστες και μη σχετικά με την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, ενώ για τα άλλα δύο οι μη χρήστες ανησυχούν περισσότερο. Τα οργανωτικά εμπόδια περιλαμβάνουν τη διοικητική τοποθέτηση, την έλλειψη πόρων και την έλλειψη γνώσης. Αυτοί που χρησιμοποιούν το internet banking έχουν θετική στάση απέναντι στην υιοθέτησή του, έχουν ικανοποιητικούς τεχνολογικούς πόρους και περισσότερες τεχνολογικές γνώσεις, σε αντίθεση με αυτούς που δεν το χρησιμοποιούν στους οποίους ισχύουν ακριβώς τα αντίθετα με πριν.
Daniel (1999) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Ηνωμένο Βασίλειο και Ιρλανδία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Ιούλιος και Οκτώβριος 1997)	Εξαρτημένη: παροχή online banking από τις τράπεζες Ανεξάρτητες: Οργανωτικοί λόγοι (φιλοσοφία καινοτομίας, Μερίδιο τράπεζας στην αγορά και δύναμη και Περιορισμοί και εμπόδια) και λόγοι αγοράς (πρόβλεψη της αποδοχής της υπηρεσίας από τους πελάτες και διορατικότητα της μελλοντικής κατάστασης)	Όσον αφορά την παροχή online banking, από τις τράπεζες που συμμετείχαν στην έρευνα αυτή, το 25% διέθετε πλήρη λειτουργικά συστήματα, το 13% παρείχαν τη συγκεκριμένη υπηρεσία αλλά σε δοκιμαστική βάση, το 37% των τραπεζών είχε ένα σύστημα υπό ανάπτυξη ή μελέτη και το 25% δεν παρείχαν καθόλου online banking. Σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν τις τράπεζες προκειμένου να παρέχουν ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες στους πελάτες τους, οι πιο σημαντικοί είναι η διορατικότητα για την μελλοντική κατάσταση, η πρόβλεψή τους για αποδοχή των συγκεκριμένων υπηρεσιών από τους πελάτες, η οποία τείνει να είναι πολύ χαμηλή, και η επιχειρησιακή φιλοσοφία τους για την καινοτομία . Η τρέχουσα χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών αναμένεται να είναι από μια μικρή μειονότητα των πελατών, με το 62% των τραπεζών που συμμετείχαν στην έρευνα, να υπολογίζουν ότι λιγότερο από το 5% των πελατών τους θα

Joseph and Stone (2003) <i>International Journal of Retail and Distribution Management</i>	ΗΠΑ	Διαστρωματικά Δεδομένα (2002)	Εξαρτημένη: ποιότητα παρεχομένων τραπεζικών υπηρεσιών (αντίκτυπος τεχνολογίας) Ανεξάρτητες: ακριβή ATM και ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες (ακριβής, ασφαλής και εύκολη πρόσβαση σε πληροφορίες μέσω ηλεκτρονικής τεχνολογίας), εξυπηρέτηση πελατών (παροχή φιλικών, αποδοτικών και ευχάριστων υπηρεσιών κοντά στην τράπεζα), άριστη τραπεζική μέσω τηλεφώνου και διαδικτύου (παροχή γρήγορων, κατάλληλων, εξατομικευμένων και φιλικών προς το χρήστη ηλεκτρονικών υπηρεσιών), ασφαλή και εύκαμπτη υπηρεσία (κάλυψη ειδικών αναγκών μέσω των ATM και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών), εύκολες και κατάλληλες τραπεζικές εργασίες (ATM και σε απευθείας σύνδεση οδηγίες) και εξατομικευμένη υπηρεσία, που αφορά την προσωποποίηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (όπως η αναγνώριση του ονόματος του ατόμου που έχει πρόσβαση στο ATM ή σε απευθείας σύνδεση ιστοσελίδα), ηλικία, μορφωτικό επίπεδο και εισόδημα.	χρησιμοποιούσε αυτές τις υπηρεσίες εάν τους πρόσφεραν σήμερα. Σημαντικές διαφορές υπήρχαν στις αντιλήψεις ανδρών και γυναικών για το θέμα αυτό. Συγκεκριμένα οι γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στα ακόλουθα: - θέλουν να περιλαμβάνονται όλες οι τραπεζικές τους ανάγκες στον κατάλογο επιλογής τους - αποτελεσματική επεξεργασία των συναλλαγών τους - προσωποποίηση υπηρεσιών (ονομαστικός χαιρετισμός) - φιλικό προς το χρήστη σύστημα σε χώρο που να διευκολύνονται οι συναλλαγές μέσω ATM - παροχή φιλικού περιβάλλοντος καθώς βρίσκονται σε σειρά αναμονής Όσον αφορά τις διαφορές που υπήρχαν με βάση την ηλικία των πελατών, τα άτομα ηλικίας 41 ετών και άνω δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην τοποθεσία της τράπεζας, στον αριθμό και στην τοποθεσία των ATM. Ακόμη τα άτομα ηλικίας 41 ετών και άνω, δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε σχέση με τους νέους στην κατάλληλη θέση της τράπεζας, στο φάσμα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών, στην αποδοτικότητα, στο καθιερωμένο σύστημα ανατροφοδότησης πελατών, στη διαχείριση καταγγελιών από τους πελάτες, στις ειδικές υπηρεσίες που είναι διαθέσιμες για τους ηλικιωμένους και τα άτομα με ειδικές ανάγκες και στην πρόσβαση σε απευθείας σύνδεση κατευθύνσεις για τους νέους χρήστες. Για την πλειοψηφία των πελατών η πρόσβαση, η θέση, η ασφάλεια και η ευκολία χρήσης των ATM είναι τα πιο σημαντικά ζητήματα.
Polatoglu and Ekin (2001) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Τουρκία	Διαστρωματικά Δεδομένα (1999)	Εξαρτημένη: ικανοποίηση Τούρκων καταναλωτών από τις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου Ανεξάρτητες: Αξιοπιστία (εμπιστοσύνη, ασφάλεια και προστασία προσωπικών δεδομένων των συναλλαγών), Πρόσβαση (στιγμιαία ανατροφοδότηση, γρήγορες συναλλαγές και πρόσβαση από οπουδήποτε) και Αποταμίευση (εξοικονόμηση κόστους και χρόνου και υπηρεσία αυτοεξυπηρέτησης)	Όσον αφορά την ικανοποίηση των Τούρκων καταναλωτών από τις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου, και οι τρεις παράγοντες είναι στατιστικά σημαντικοί. Διαπιστώθηκε ότι οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν το internet banking για μεγάλο χρονικό διάστημα και αυτοί που χρησιμοποιούν όσο το δυνατόν περισσότερες από τις υπηρεσίες που προσφέρει, το βρίσκουν πολύ αξιόπιστο. Σχετικά με την πρόσβαση, το 33% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι κάποια στιγμή αντιμετώπισαν προβλήματα χρησιμοποιώντας τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες διαδικτύου. Οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες διαδικτύου για περισσότερο από 10 μήνες και τουλάχιστον μία φορά την ημέρα, ανέφεραν ότι σημαντικότερος παράγοντας για την

				ικανοποίησή τους είναι η αποταμίευση – εξοικονόμηση κόστους και χρόνου που έχουν. Είναι λογικό ότι όσο πιο συχνά και για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες αυτές, τόσο μεγαλύτερα θα είναι τα οφέλη εξοικονόμησης χρόνου-κόστους. Σχετικά με τα εναλλακτικά τραπεζικά κανάλια, διαπιστώθηκε ότι το 90% του δείγματος χρησιμοποιούσαν τα υποκαταστήματα των τραπεζών, το 71% χρησιμοποιούσαν τα ATM και το 40% τις υπηρεσίες που παρέχονται μέσω τηλεφώνου (phone banking).
Karjaluoto et al. (2002) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Φινλανδία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Ιούνιος – Αύγουστος 2000)	Εξαρτημένη: στάση καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου και χρήση αυτών Ανεξάρτητες: προγενέστερη εμπειρία ηλεκτρονικών υπολογιστών και τεχνολογίας, προσωπική τραπεζική εμπειρία (ευκολία χρήσης), επίδραση ομάδας αναφοράς, στάση απέναντι στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, επάγγελμα, οικογενειακό εισόδημα)	Οι παράγοντες προγενέστερη εμπειρία ηλεκτρονικών υπολογιστών και τεχνολογίας, προσωπική τραπεζική εμπειρία (ευκολία χρήσης) και στάση απέναντι στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές έχουν μεγάλη επίδραση στη στάση και συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις τραπεζικές υπηρεσίες διαδικτύου. Ιδιαίτερα η προηγούμενη πείρα των καταναλωτών σε ηλεκτρονικούς υπολογιστές έχει πολύ μεγάλη επίδραση στη χρήση του online banking. Όσο μεγαλύτερη είναι η γνώση των πελατών για ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τόσο περισσότεροι γίνονται οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ακόμη η θετική προσωπική τραπεζική εμπειρία των πελατών επηρεάζει τόσο τη στάση τους απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική όσο και τη χρήση της. Αυτό σημαίνει ότι οι ικανοποιημένοι πελάτες τείνουν να συμβαδίσουν με το τρέχον κανάλι παράδοσής. Η ομάδα αναφοράς έχει αρνητική επίδραση στη χρήση του online banking. Αυτό προέρχεται από το γεγονός ότι οι ισχυρές κοινωνικές επαφές των καταναλωτών με το προσωπικό των τραπεζών προσκρούουν αρνητικά στη στάση τους απέναντι στις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου. Και οι δημογραφικοί παράγοντες έχουν σημαντική επίδραση στη συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική, ιδιαίτερα το επάγγελμα και το οικογενειακό εισόδημα. Μέσα από την έρευνα διαπιστώθηκε ότι οι χρήστες των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου είναι νέα άτομα, μορφωμένα με υψηλό εισόδημα, οικογενειάρχες με καλή δουλειά.
Jun and Cai (2001) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	ΗΠΑ	Διαστρωματικά Δεδομένα (Φεβρουάριος 2000)	Εξαρτημένη: ποιότητα τραπεζικών υπηρεσιών διαδικτύου Ανεξάρτητες: 1. Ποιότητα εξυπηρέτησεως πελατών (αξιοπιστία, ανταπόκριση, ικανότητα, ευγένεια, αξιοπιστία, πρόσβαση, επικοινωνία, κατανόηση του πελάτη, συνεργασία και συνεχής βελτίωση).	Προκειμένου να διατηρηθεί ένα υψηλό επίπεδο της γενικής ποιότητας τραπεζικών υπηρεσιών, οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες διαδικτύου πρέπει να δώσουν προσοχή και στις 17 διαστάσεις που προσδιορίζονται στη μελέτη. Κυρίως θα πρέπει να εστιάζουν περισσότερο στις ακόλουθες βασικές διαστάσεις: 1 Ποιότητα εξυπηρέτησεων πελατών:

			2. Ποιότητα συστημάτων ανοικτής γραμμής (περιεχόμενο, ακρίβεια, ευκολία της χρήσης, επικαιρότητα, αισθητική και ασφάλεια) 3. Ποιότητα των προϊόντων τραπεζικών υπηρεσιών: μια διάσταση της ποικιλίας προϊόντων/των διαφορετικών χαρακτηριστικών γνωρισμάτων.	ανταπόκριση αξιοπιστία και πρόσβαση 2 Ποιότητα συστημάτων ανοικτής γραμμής: ευκολία της χρήσης ακρίβεια και 3 Ποιότητα των προϊόντων τραπεζικών υπηρεσιών: ποικιλία προϊόντων/διαφορετικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα. Όλες οι έξι διαστάσεις ασκούν ισχυρές επιδράσεις είτε στην ικανοποίηση είτε τη δυσαρέσκεια των πελατών, ανάλογα με την ποιοτική απόδοση εκείνων των διαστάσεων.
Pikkarainen et al. (2004) Internet Research	Φινλανδία	Διαστρωματικά Δεδομένα (2002)	Εξαρτημένη: Χρήση απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών (online banking) Ανεξάρτητες: Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, αντιλαμβανόμενη απόλαυση, πληροφόρηση για τις απευθείας σύνδεσης τραπεζικές εργασίες, ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών και ποιότητα της σύνδεσης με το διαδίκτυο και δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, εισόδημα)	Οι παράγοντες οι οποίοι επιδρούν στην αποδοχή ή όχι των απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών από τους καταναλωτές είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και ευκολία χρήσης, η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η σχετική πληροφόρηση, η ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών. Ο παράγοντας που αφορά την ποιότητα σύνδεσης με το διαδίκτυο, δεν έχει καμία σχέση με τη χρήση ή όχι του online banking, και αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι στις μέρες μας οι αξιόπιστες συνδέσεις με το διαδίκτυο είναι αναμφισβήτητες. Οι σημαντικότεροι όμως από τους πιο πάνω πέντε παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των απευθείας σύνδεσης τραπεζικών υπηρεσιών είναι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και ο βαθμός πληροφόρησης των καταναλωτών για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες. Σημαντική επίσης είναι και η επίδραση του εισοδήματος. Μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές είναι η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, η αντιλαμβανόμενη απόλαυση, η ασφάλεια και μυστικότητα των συναλλαγών, το φύλο και η ηλικία των καταναλωτών.
Wang et al. (2003) <i>International Journal of Service Industry Management</i>	Ταϊβάν	Διαστρωματικά Δεδομένα (2002)	Εξαρτημένη: πρόθεση χρήσης τραπεζικών εργασιών διαδικτύου (internet banking) Ανεξάρτητες: Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης και αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία Επίσης εξετάζεται η επίδραση της αυτο-αποτελεσματικότητας των ηλεκτρονικών υπολογιστών (computer self-efficacy), δηλαδή η κρίση της δυνατότητας κάποιου να χρησιμοποιήσει έναν υπολογιστή, στις 3	Η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης και η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία βρέθηκαν να ασκούν σημαντική επίδραση στην πρόθεση των καταναλωτών για χρήση των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου, αλλά η αντιλαμβανόμενη αξιοπιστία έχει τη μεγαλύτερη δυνατότητα να προβλέψει και να εξηγήσει την πρόθεση των καταναλωτών για να

			ανεξάρτητες μεταβλητές	υιοθετήσουν τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου. Η αυτο-αποτελεσματικότητα των ηλεκτρονικών υπολογιστών βρέθηκε να είναι ένας σημαντικός καθοριστικός παράγοντας της αντιληπτής ευκολίας της χρήσης, της αντιληπτής χρησιμότητας και της αντιληπτής αξιοπιστίας των τραπεζικών εργασιών διαδικτύου. Οι χρήστες που έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες χρήσης των υπολογιστών, είναι πιθανόν να έχουν μεγαλύτερη θετική χρησιμότητα και ευκολία χρήσης της συγκεκριμένης υπηρεσίας, αλλά έχουν πιο αρνητική πεποίθηση αξιοπιστίας για τις τραπεζικές εργασίες διαδικτύου.¶
Akinci et al. (2004) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Τουρκία	Διαστρωματικά Δεδομένα (Απρίλιος 2002)	Οι ερευνητικοί στόχοι σε αυτήν την μελέτη τέθηκαν ως εξής: - να γίνουν αντιληπτά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των χρηστών και μη των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου, ιδιαίτερα στον εκπαιδευμένο τομέα αγοράς - να περιγραφούν οι προτιμήσεις για τα διάφορα κανάλια παράδοσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής από του χρήστες και μη - να συγκριθούν οι τοποθετήσεις των χρηστών και μη προς το internet banking όσον αφορά ένα αριθμό παραγόντων όπως η τεχνολογία, η ασφάλεια, η ευκολία και οι δαπάνες	Η μελέτη αυτή έδειξε ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των χρηστών και μη της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τη στάση – συμπεριφορά τους απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική και τις προτιμήσεις τους για τα κανάλια παροχής υπηρεσιών. Η πλειοψηφία των καταναλωτών που χρησιμοποιούν το internet banking, είναι άνδρες μέσης ηλικίας (31-50 ετών), πιο εξοικειωμένοι με την τεχνολογία και σχετικά «εύκολοι» καταναλωτές, ενώ οι μη χρήστες είναι κυρίως γυναίκες, μικρής ηλικίας (κάτω των 30), που προτιμούν τα παραδοσιακά κανάλια, διστακτικοί καταναλωτές που εμπιστεύονται λιγότερο τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, σε σχέση με τις υπηρεσίες που παρέχουν τα υποκαταστήματα των τραπεζών. Όσον αφορά τις καταναλωτικές προτιμήσεις για τα διάφορα κανάλια παράδοσης, οι χρήστες ηλεκτρονικών υπηρεσιών προτιμούν το internet banking (59.5%) και μετά τα ATM (15.4%), ενώ οι μη χρήστες προτιμούν τα ATM (35.3%) και μετά τα υποκαταστήματα των τραπεζών (9.1%). Οι τηλεφωνικές τραπεζικές εργασίες (telephone banking) είναι τελευταίες στις προτιμήσεις των καταναλωτών, ιδιαίτερα των μη χρηστών. Τα συμπεράσματα απεικονίζουν ότι οι σημαντικότερες τρεις ιδιότητες στις διαδικασίες επιλογής τραπεζών των πελατών αφορούσαν την ασφάλεια, αξιοπιστία και μυστικότητα, ενώ η διαφήμιση και οι εισηγήσεις από φίλους και συναδέλφους, θεωρήθηκαν ως λιγότεροι σημαντικοί παράγοντες.
Karjaluoto et al. (2003) <i>Journal of Services</i>	Φινλανδία	Διαστρωματικά Δεδομένα (2001)	Εξαρτημένη: υιοθέτηση τραπεζικών εργασιών διαδικτύου (internet banking) από άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω Ανεξάρτητες: δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, οικογενειακό εισόδημα, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο), έλλειψη προσωπικής εξυπηρέτησης,	Άνθρωποι ηλικίας 65 ετών και άνω τείνουν να είναι μεταξύ των πρόσφατων ατόμων που υιοθετούν τη νέα τεχνολογία και τις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου. Οι τραπεζικές εργασίες διαδικτύου ήταν ο τρίτος πιο

Marketing			δυσκολίες με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, αναξιοπιστία, ακρίβεια, έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές και μπερδεμένες ιστοσελίδες τραπεζών	δημοφιλής τρόπος πληρωμής μεταξύ των ώριμων πελατών. Το οικογενειακό εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο βρέθηκαν να έχουν σημαντική επίδραση στην υιοθέτηση του διαδικτύου ως τραπεζικό κανάλι, έτσι που περισσότεροι από το 30% των πλουσίων και καλά μορφωμένων ηλικιωμένων ανδρών κάνουν την ηλεκτρονική τραπεζική τον κύριο τρόπο πληρωμής τους. ¶Η αντιληπτή δυσκολία χρησιμοποίησης των υπολογιστών που συνδυάστηκε με την έλλειψη προσωπικής εξυπηρέτησης στις ηλεκτρονικές τραπεζικές εργασίες βρέθηκαν να είναι τα κύρια εμπόδια της υιοθέτησης τραπεζικών εργασιών διαδικτύου μεταξύ των πελατών ηλικίας 65 ετών και άνω. Οι τραπεζικές εργασίες Διαδικτύου βρέθηκαν επίσης να είναι πιο αναξιόπιστες για τους ηλικιωμένους πελάτες παρά για τους πελάτες τραπεζών γενικά.
Howcroft et al. (2002) <i>The International Journal of Bank Marketing</i>	Ηνωμένο Βασίλειο	Διαστρωματικά Δεδομένα (2001)	Εξαρτημένη: παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου (internet banking)/ μέσω τηλεφώνου (telephone banking) Ανεξάρτητες: χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών (fees), βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών, εξοικονόμηση χρόνου, εικοσιτετράωρη υπηρεσία, σύσταση από την οικογένεια/τους φίλους και σύσταση από εφημερίδες κλπ., δημογραφικοί παράγοντες (φύλο, ηλικία, οικογενειακό εισόδημα, μορφωτικό επίπεδο) Εξαρτημένη: παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου (internet banking)/ μέσω τηλεφώνου (telephone banking) Ανεξάρτητες: ασφάλεια, λάθη, πολυπλοκότητα, πρόσβαση στο κανάλι παράδοσης και έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής	Οι πιο σημαντικοί παράγοντες που ενθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου/διαδικτύου είναι τα λιγότερα δικαιώματα που θα πληρώνουν οι καταναλωτές και η βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών που θα έχουν. Ο λιγότερος σημαντικός παράγοντας είναι οι συστάσεις των καταναλωτών από συγγενείς, φίλους ή από εφημερίδες. Αρκετά σημαντική είναι και η επίδραση της εξοικονόμησης χρόνου και το γεγονός ότι πρόκειται για μία εικοσιτετράωρη υπηρεσία. Οι πιο σημαντικοί παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τηλεφώνου/διαδικτύου είναι ανησυχίες των καταναλωτών που αφορούν την ασφάλεια των συναλλαγών τους και τη πιθανότητα να συμβούν λάθη. Όσον αφορά τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου, σχεδόν το 50% των ερωτηθέντων ανησυχούν για την ασφάλεια των υπηρεσιών αυτών και το 41% φοβάται για τυχόν λάθη. Η πολυπλοκότητα και η πρόσβαση στον απαραίτητο εξοπλισμό είναι πιο σημαντική για τις τραπεζικές εργασίες μέσω διαδικτύου παρά μέσω τηλεφώνου. Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής δεν είναι σημαντικός παράγοντας για την υιοθέτηση τραπεζικών εργασιών μέσω διαδικτύου και τηλεφώνου για το 40% του δείγματος. Σημαντικές είναι οι διαφορές στις αντιλήψεις των ανδρών και γυναικών σχετικά με τις υπηρεσίες αυτές. Για τις εργασίες μέσω

				τηλεφώνου, διαπιστώθηκε ότι οι γυναίκες ενδιαφέρονταν περισσότερο από τους άνδρες για τη βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών και την πρόσβαση σε μία εικοσιτετράωρη υπηρεσία. Για τις εργασίες μέσω διαδικτύου, οι γυναίκες ενδιαφέρονταν για την ευκολία χρήσης τους, ενώ οι άνδρες έδιναν μεγαλύτερη έμφαση στις συστάσεις που είχαν από συγγενείς, φίλους, εφημερίδες κλπ. Σχετικά με τους παράγοντες που αποθαρρύνουν την υιοθέτηση των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου οι άνδρες δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην έλλειψη της προσωπικής επαφής παρά οι γυναίκες. Το μορφωτικό επίπεδο των ατόμων δεν είχε σημαντική επίδραση στην απόφαση τους για υιοθέτηση ή όχι των τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου/ τηλεφώνου.
--	--	--	--	---

Μεταβλητές	Κωδικοποίηση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου
sex	Φύλο ερωτώμενου
age	Ηλικία ερωτώμενου
educ	Ποιο είναι το μορφωτικό σας επίπεδο
job	Ποιο είναι το επάγγελμά σας
family	Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση
incmonth	Ποιο είναι το μηνιαίο οικογενειακό σας εισόδημα
tshops	Χρησιμοποιείτε το δίκτυο καταστημάτων για τις συναλλαγές σας με την τράπεζα
tatm	Χρησιμοποιείτε τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για τις συναλλαγές σας με την τράπεζα
tinter	Χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για τις συναλλαγές σας με την τράπεζα
tphone	Χρησιμοποιείτε το τηλέφωνο για τις συναλλαγές σας με την τράπεζα
atmuse	Χρησιμοποιείτε τις Μηχανές Αυτόματης Εξυπηρέτησης (ATM) για τις τραπεζικές σας συναλλαγές
mfreqatm	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε τα ATM ανά μήνα
aanal	Ανάληψη χρημάτων
atransf	Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας ή ξένο λογαριασμό)
adose	Πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας
aacc	Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα)
adepos	Κατάθεση μετρητών ή επιταγών
astat	Εκτύπωση υπολοίπων ή κατάστασης λογαριασμού
apcheq	Ανάκληση πληρωμής επιταγής
aocheq	Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών
aodep	Παραγγελία εντύπου καταθέσεων
apin	Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN)
aall	Όλα τα ανωτέρω
auusef	Η ύπαρξη των ATM είναι χρήσιμη και αποτελεσματική
auimp	Η ύπαρξη των ATM είναι κάτι καινούριο αλλά σημαντική
ausafe	Τα ATM παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές
auconv	Το δίκτυο των ATM είναι μεγάλο (βολική τοποθεσία)
aueasy	Τα ATM έχουν εύχρηστο μενού
augqual	Τα ATM έχουν καλή ποιότητα και μεγάλη ποσότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών
aunmist	Δεν εμφανίζονται συχνά λάθη και αδυναμίες κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών στα ATM
aupract	Τα ATM είναι πρακτικά στη χρήση
audet	Υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες των ATM
auginf	Υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τη χρήση των ATM
annusef	Τα ATM δεν είναι χρήσιμα
anwast	Η ύπαρξη των ATM είναι κάτι καινούριο αλλά περιττό
annsafety	Τα ATM δεν παρέχουν ακριβείς και ασφαλείς συναλλαγές
annconv	Το δίκτυο των ATM δεν είναι μεγάλο (μη βολική τοποθεσία)
anneasy	Τα ATM έχουν δύσχρηστο μενού
annngqual	Τα ATM δεν έχουν καλή ποιότητα και ούτε μεγάλη ποσότητα των

	προσφερόμενων υπηρεσιών
anmist	Εμφάνιση λαθών και αδυναμιών κατά τη διάρκεια πραγματοποίησης τραπεζικών συναλλαγών στα ΑΤΜ
annpract	Τα ΑΤΜ δεν είναι πρακτικά στη χρήση
anndet	Δεν υπάρχουν αρκετά λεπτομερείς οδηγίες στις οθόνες των ΑΤΜ
annginf	Δεν υπάρχει αρκετή ενημέρωση για τη χρήση και τις προσφερόμενες υπηρεσίες των ΑΤΜ
fusean	Όσοι δεν χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ αν στο μέλλον προτίθενται να τα χρησιμοποιήσουν
incfuau	Όσοι ήδη χρησιμοποιούν τα ΑΤΜ αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση τους
pcknow	Πόσο καλά ξέρετε να χειρίζεστε ένα ηλεκτρονικό υπολογιστή
iaccess	Έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο
phome	Αν υπάρχει πρόσβαση στο σπίτι
pjob	Αν υπάρχει πρόσβαση στον εργασιακό χώρο
puniv	Αν υπάρχει πρόσβαση στο πανεπιστήμιο
picafe	Αν υπάρχει πρόσβαση σε internet cafe
usein	Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο
iinf	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για λόγους ενημέρωσης
ient	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για λόγους ψυχαγωγίας
iemail	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για λόγους ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
iprof	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για επαγγελματικούς λόγους σύνδεσης
iecom	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για λόγους ηλεκτρονικού εμπορίου
iebank	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για λόγους ηλεκτρονικών τραπεζικών εργασιών
knowib	Αν γνωρίζετε τι είναι ηλεκτρονική τραπεζική
inbmean	Ποια από τις προτάσεις πιστεύετε ότι περιγράφει την έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής
ebemp	Αν ενημερωθήκατε από το προσωπικό της τράπεζας που συνεργάζεστε
efriend	Αν ενημερωθήκατε από φίλους / συγγενείς
eadv	Αν ενημερωθήκατε από διαφημίσεις
eint	Αν ενημερωθήκατε από το διαδίκτυο
freqib	Αν χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για τραπεζικές εργασίες, πόσο συχνά συμβαίνει αυτό την εβδομάδα
ibtransf	Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας λογαριασμό ή ξένο)
ibdose	Πληρωμή δόσης δανείου ή πιστωτικής κάρτας
ibacc	Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα, τηλέφωνο)
ibplir	Πληροφορίες (για λογαριασμούς, επιταγές, τραπεζικές εντολές, κάρτες, επιτόκια)
ibstat	Υπόλοιπα και καταστάσεις λογαριασμών
ibpcheq	Ανάκληση πληρωμής επιταγής ή βιβλιαρίου επιταγών
ibbord	Εντολές για άνοιγμα τραπεζικής εντολής
ibstord	Εντολές για άνοιγμα αυτόματης εντολής πληρωμής λογαριασμών κοινής ωφέλειας
ibcheque	Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών
ibpin	Αλλαγή προσωπικού μυστικού αριθμού (PIN)

iball	Όλα τα ανωτέρω
iuadnt	Προθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας
iuginf	Υπάρχει επαρκής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της ηλεκτρονικής τραπεζικής
ieacaci	Υπάρχει εύκολη πρόσβαση στο διαδίκτυο
iulcost	Χαμηλό κόστος ηλεκτρονικών υπολογιστών και σύνδεσης στο διαδίκτυο
iubrel	Η συνολική αξιοπιστία της τράπεζας
iubcor	Η αξιοπιστία της τράπεζας στη διόρθωση λανθασμένων συναλλαγών
iubapoz	Η εμπιστοσύνη στην τράπεζα προκειμένου να αποζημιώσει σε περίπτωση παραβίασης θεμάτων ασφαλείας
iudiasf	Η διασφάλιση των προσωπικών στοιχείων του χρήστη από την τράπεζα
iudiaf	Η διαφάνεια στην ενημέρωση του χρήστη από την τράπεζα για τους όρους των συναλλαγών
iusec	Η ασφάλεια και ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω του διαδικτύου
iudepik	Απαίτηση διπλής επικύρωσης (ταυτότητα χρήστη και κωδικός πρόσβασης)
iudet	Ύπαρξη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών
iuindac	Πρόσβαση ανεξάρτητα από το χρόνο και τον τόπο
ieacser	Εύκολη πρόσβαση σε μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών
iutcsave	Εξοικονόμηση χρόνου και κόστους
iuaavail	Υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα
iufeedb	Στιγμιαία ανατροφοδότηση για τις συναλλαγές
ieubtr	Ευκολία εκτέλεσης τραπεζικών συναλλαγών
iuefsit	Η αποτελεσματική λειτουργία της ιστοσελίδας της τράπεζας
ieusit	Η ευκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας
iuasit	Η ελκυστική εμφάνιση της ιστοσελίδας της τράπεζας
innadnt	Η απροθυμία για υιοθέτηση μιας νέας τεχνολογίας
innginf	Η ελλιπής ενημέρωση για τη χρήση και τα οφέλη της υπηρεσίας
indacaci	Η δυσκολία πρόσβασης στο διαδίκτυο
inhcost	Κόστος ηλεκτρονικών υπολογιστών και σύνδεσης στο διαδίκτυο
innbrel	Η έλλειψη συνολικής αξιοπιστίας της τράπεζας
innsec	Οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών που πραγματοποιούνται μέσω διαδικτύου
innidet	Η έλλειψη λεπτομερών και σαφών οδηγιών για την εκτέλεση των συναλλαγών (πολυπλοκότητα)
inmist	Η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών
indusit	Η δυσκολία χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας
innftfc	Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας
innrec	Η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές
fusein	Όσοι δεν χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική αν στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν
incfuiu	Όσοι ήδη χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τραπεζική αν στο μέλλον

	προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της
pbknow	Γνωρίζετε τι είναι η τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου
infemp	Αν ενημερωθήκατε από το προσωπικό της τράπεζας που συνεργάζεστε
inffr	Αν ενημερωθήκατε από φίλους / συγγενείς
infadv	Αν ενημερωθήκατε από διαφημίσεις
pbuse	Χρησιμοποιείτε την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου για τις τραπεζικές σας συναλλαγές
mfreqpb	Πόσο συχνά τη χρησιμοποιείτε ανά μήνα
psteleb	Αν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία των λειτουργών εξυπηρέτησης (τηλεξυπηρέτηση)
psteldev	Αν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία του αυτοματοποιημένου συστήματος εξυπηρέτησης μέσω τηλεφωνικής συσκευής
psmobbb	Αν χρησιμοποιείτε την υπηρεσία μέσω του κινητού τηλεφώνου
ttransf	Μεταφορά χρημάτων (σε δικό σας ή ξένο λογαριασμό)
taccount	Πληρωμή λογαριασμού (νερό, ηλεκτρικό ρεύμα)
tacbal	Ενημέρωση υπολοίπου λογαριασμού
tstat	Ενημέρωση σχετικά με την κίνηση του λογαριασμού σας
tchord	Παραγγελία βιβλιαρίου επιταγών
texcval	Ενημέρωση για τις τιμές ξένων νομισμάτων και μετοχών
tcardact	Ενεργοποίηση και ακύρωση κάρτας
tchact	Ενεργοποίηση βιβλιαρίου επιταγών
tall	Όλα τα ανωτέρω
utindac	Πρόσβαση ανεξάρτητα από τόπο και χρόνο
uttcsave	Εξοικονόμηση χρόνου και κόπου
utlcost	Το μειωμένο κόστος από τη χρήση της υπηρεσίας (χαμηλότερα δικαιώματα τραπεζών)
utposte	Θετική στάση απέναντι στην τεχνολογία
uttecexp	Εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία
utginf	Επαρκής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της
uttrial	Η δυνατότητα δοκιμαστικής χρήσης
utsectr	Η ασφάλεια και αξιοπιστία των συναλλαγών
utgbeh	Η καλή συμπεριφορά του προσωπικού
utaavail	Υπηρεσία διαθέσιμη 7 μέρες την εβδομάδα και 24 ώρες την ημέρα
ntnegte	Αρνητική στάση απέναντι στην τεχνολογία
ntnexpte	Ελλιπής εμπειρία χρήσης καινοτομιών σχετικές με την τεχνολογία
ntnginf	Ελλιπής ενημέρωση σχετικά με την υπηρεσία και τη χρήση της
ntmist	Η πιθανότητα να συμβούν λάθη κατά την εκτέλεση των συναλλαγών
ntnsec	Οι αμφιβολίες για την ασφάλεια και την ακρίβεια των συναλλαγών
ntcompl	Η πολυπλοκότητα της υπηρεσίας
ntngguid	Η ανεπαρκής καθοδήγηση
ntnftfc	Η έλλειψη της πρόσωπο με πρόσωπο επαφής με το προσωπικό της τράπεζας
ntnrec	Η έλλειψη απόδειξης στις συναλλαγές
fusetn	Όσοι δεν χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου αν στο μέλλον προτίθενται να τη χρησιμοποιήσουν
incfutu	Όσοι ήδη χρησιμοποιούν την τραπεζική υπηρεσία μέσω τηλεφώνου αν στο μέλλον προτίθενται να αυξήσουν τη χρήση της

ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΑ ΜΕΤΡΑ

	N	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος	Τυπική Απόκλιση
sex	350	0	1	0,49	0,501
age	350	18	75	37,50	12,930
educ	350	1	6	3,31	1,072
job	350	1	7	4,41	1,247
family	350	1	5	2,48	0,983
incmonth	350	1	6	3,53	1,387
tshops	350	0	1	0,99	0,119
tatm	350	0	1	0,65	0,477
tinter	350	0	1	0,20	0,398
tphone	350	0	1	0,14	0,350
atmuse	350	0	1	0,65	0,478
mfreqatm	227	1	5	1,97	1,066
aanal	227	0	1	1,00	0,066
atransf	227	0	1	0,31	0,463
adose	227	0	1	0,29	0,453
aacc	227	0	1	0,27	0,444
adepos	227	0	1	0,39	0,489
astat	227	0	1	0,58	0,495
apcheq	227	0	1	0,05	0,224
aocheq	227	0	1	0,08	0,278
aodep	227	0	1	0,07	0,257
apin	227	0	1	0,19	0,393
aall	227	0	1	0,04	0,196
auusef	227	0	1	0,92	0,271
auimp	227	0	1	0,54	0,499
ausafe	227	0	1	0,52	0,501
auconv	227	0	1	0,77	0,421
aeasy	227	0	1	0,81	0,393
augqual	227	0	1	0,64	0,481
aunmist	227	0	1	0,35	0,479
aupract	227	0	1	0,50	0,501
audet	227	0	1	0,62	0,486
auginf	227	0	1	0,49	0,501
annusef	123	0	1	0,14	0,347
anwast	123	0	1	0,25	0,436
annsafety	123	0	1	0,51	0,502
annconv	123	0	1	0,16	0,371
anneasy	123	0	1	0,14	0,347
annngqual	123	0	1	0,12	0,329
anmist	123	0	1	0,30	0,460
annpract	123	0	1	0,17	0,378
anndet	123	0	1	0,19	0,391
annnginf	123	0	1	0,72	0,453

fusean	120	0	1	0,29	0,456
incfuau	223	0	1	0,83	0,381
pcknow	350	1	5	2,94	1,312
iaccess	350	0	1	0,72	0,448
phome	253	0	1	0,85	0,362
pjob	253	0	1	0,47	0,500
puniv	253	0	1	0,13	0,342
picafe	253	0	1	0,03	0,175
usein	349	1	6	3,54	1,950
iinf	253	0	1	0,83	0,373
ient	253	0	1	0,76	0,429
icemail	253	0	1	0,56	0,497
iprof	253	0	1	0,41	0,493
iecom	253	0	1	0,12	0,324
iebank	253	0	1	0,28	0,448
knowib	350	0	1	0,65	0,479
inbmean	227	1	3	1,98	0,187
ebemp	225	0	1	0,61	0,488
efriend	225	0	1	0,43	0,496
eadv	225	0	1	0,43	0,496
eint	225	0	1	0,26	0,438
freqib	69	1	5	3,75	1,218
ibtransf	70	0	1	0,67	0,473
ibdose	70	0	1	0,43	0,498
ibacc	70	0	1	0,44	0,500
ibplir	70	0	1	0,84	0,367
ibstat	70	0	1	0,90	0,302
ibpcheq	70	0	1	0,07	0,259
ibbord	70	0	1	0,20	0,403
ibstord	70	0	1	0,23	0,423
ibcheque	70	0	1	0,27	0,448
ibpin	70	0	1	0,43	0,498
iball	70	0	1	0,03	0,168
iuadnt	70	0	1	0,53	0,503
iuginf	70	0	1	0,59	0,496
iueacci	70	0	1	0,74	0,440
iulcost	70	0	1	0,33	0,473
iubrel	70	0	1	0,46	0,502
iubcor	70	0	1	0,34	0,478
iubapoz	70	0	1	0,31	0,468
iudiasf	70	0	1	0,46	0,502
iudiaf	70	0	1	0,33	0,473
iusec	69	0	1	0,45	0,501
iudepik	70	0	1	0,54	0,502
iudet	70	0	1	0,59	0,496
iuindac	70	0	1	0,93	0,259
iueacser	70	0	1	0,76	0,432
iutcsave	70	0	1	0,90	0,302

iuaavail	70	0	1	0,94	0,234
iufedb	69	0	1	0,48	0,503
iuebtr	70	0	1	0,77	0,423
iuefsit	70	0	1	0,46	0,502
iueusit	70	0	1	0,69	0,468
iuasit	70	0	1	0,20	0,403
innadnt	280	0	1	0,19	0,390
innginf	280	0	1	0,60	0,491
indacci	280	0	1	0,22	0,416
inhcost	280	0	1	0,10	0,305
innbrel	280	0	1	0,11	0,314
innsec	280	0	1	0,72	0,449
inndet	280	0	1	0,43	0,496
inmist	280	0	1	0,65	0,477
indusit	280	0	1	0,08	0,275
innftfc	279	0	1	0,52	0,500
innrec	280	0	1	0,46	0,500
fusein	269	0	1	0,39	0,490
incfuiu	70	0	1	0,86	0,352
pbknow	350	0	1	0,44	0,497
infemp	155	0	1	0,68	0,469
inffr	155	0	1	0,40	0,491
infadv	155	0	1	0,43	0,496
pbuse	350	0	1	0,14	0,344
mfreqpb	46	1	5	3,76	1,336
psteleb	48	0	1	0,96	0,202
psteldev	48	0	1	0,29	0,459
psmobbb	48	0	1	0,25	0,438
ttransf	48	0	1	0,44	0,501
taccount	48	0	1	0,23	0,425
tacbal	48	0	1	0,87	0,334
tstat	48	0	1	0,69	0,468
tchord	48	0	1	0,27	0,449
texcval	48	0	1	0,21	0,410
tcardact	48	0	1	0,35	0,483
tchact	48	0	1	0,23	0,425
tall	48	0	1	0,06	0,245
utindac	48	0	1	0,92	0,279
uttcsave	48	0	1	0,92	0,279
utlcost	48	0	1	0,42	0,498
utposte	48	0	1	0,54	0,504
uttecexp	48	0	1	0,42	0,498
utginf	48	0	1	0,48	0,505
uttrial	48	0	1	0,10	0,309
utsectr	48	0	1	0,48	0,505
utgbeh	48	0	1	0,63	0,489
utaavail	48	0	1	0,90	0,309
ntnegte	302	0	1	0,14	0,347

ntnexppte	302	0	1	0,37	0,483
ntnginf	302	0	1	0,71	0,455
ntmist	302	0	1	0,55	0,498
ntnsec	302	0	1	0,61	0,489
ntcompl	302	0	1	0,19	0,392
ntngguid	302	0	1	0,24	0,429
ntnftfc	302	0	1	0,51	0,501
ntnrec	302	0	1	0,42	0,495
fusetn	298	0	1	0,29	0,455
incfutu	47	0	1	0,85	0,360