

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ
DIMENSIONS QUALITY ELECTRONIC BANKING SERVICES**



ΦΟΙΤΗΤΕΣ: ΚΟΛΑΣ ΠΑΣΧΑΛΗΣ ΑΜ:1052

ΜΟΡΝΤΟΒΙΝΑ ΑΘΗΝΑ ΑΜ:791

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ:

ΕΠΙΚΟΥΡΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΤΣΟΥΚΑΤΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΜΑΙΟΣ 2016

Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	4
ABSTRACT.....	6
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ.....	8
ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING).....	8
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	8
1.2 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ e-BANKING	8
1.3 Η ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΓΙΑ ΤΟ e-BANKING.....	10
1.4 ΟΙ ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΤΑΜΕΙΟΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ (ΑΤΜ).....	10
1.5 Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΥΠΝΩΝ ΚΑΡΤΩΝ.....	11
1.6 Η ΧΡΕΩΣΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ.....	12
1.7 ΟΙ Ε-ΕΠΙΤΑΓΕΣ (e-check).....	12
1.8 ΤΟ MOBILE BANKING	12
1.9 E-BANKING ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.....	13
1.10 E-BANKING ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΟΥΝ	15
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο	16
Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	16
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	16
2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ.....	16
2.3 Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	18
2.4 Η ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	19
ΟΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	20
3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ.....	20
3.2 Η ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο	23
Η ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	23
4.1 Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	23
4.2 Η ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	25
4.3 ΟΙ ΕΞΩΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ	26
4.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο	28
Η ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ	28
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	28
5.2 Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	29
5.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ	29

5.2.2 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	30
5.2.3 Η ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	31
5.3 Η ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο	34
Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	34
6.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	34
ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	34
6.2 Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ	36
6.3 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΕΤΑΙ Η ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΜΕ ΤΙΣ	49
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ.....	49
6.4 ΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΑΤΜ	53
6.5 Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ	61
6.6 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ	71
INTERNET BANKING	71
6.6.1 Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	71
6.7 ΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΑΤΜ.....	105
6.8 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΜΙΓΕΣ E-BANKING.....	120
6.9 ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	125
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	127
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	131
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΝΑΦΟΡΕΣ	133
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	137

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) είναι στη πραγματικότητα μια αλληλουχία αυτοεξυπηρετούμενων τραπεζικών συναλλαγών που είναι πλέον εφικτές λόγω της ταχύτατης τεχνολογικής εξέλιξης της τεχνολογίας της πληροφορίας. Από τη πλευρά της τράπεζας πρόκειται για μια μορφή χρηματοπιστωτικών δραστηριοτήτων που της παρέχουν δυνητικά οφέλη όπως το χαμηλό λειτουργικό κόστος, μικρότερες καθυστερήσεις και απασχόληση για την ολοκλήρωση των συναλλαγών, διαχειριστικές πληροφορίες και ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο, καλύτερη επικοινωνία με τους υπάρχοντες αλλά και τους υποψήφιους πελάτες, κλπ.

Για τους πελάτες πάλι, υπάρχουν αρκετοί καλοί λόγοι για την διεξαγωγή των τραπεζικών συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπως η επέκταση του ωραρίου για τις συναλλαγές, η έλλειψη χρονικών καθυστερήσεων, η αμεσότητα για την εκτέλεση των συναλλαγών, κλπ.

Εφόσον λοιπόν η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρετεί και τις δύο πλευρές αναμένεται αργά ή γρήγορα να κυριαρχήσει στις τραπεζικές συναλλαγές και οι τράπεζες που θα οδηγούν στο τομέα του e-banking θα είναι ευνοϊκά τοποθετημένες στον ανταγωνισμό. Μέχρι σήμερα λίγα είναι γνωστά σχετικά με τη στάση των πελατών και τις επιλογές τους στο τομέα των συναλλαγών με το e-banking.

Ως εκ τούτου, απαιτείται συστηματική και πολύμορφη εμπειρική έρευνα για να υπάρχει καλύτερη εικόνα του πελάτη των συναλλαγών αυτών, δηλαδή γνώση του τι υπηρεσίες αναμένει, τι ποσοστό των συναλλαγών του εκτελεί μέσω ηλεκτρονικών συναλλαγών, ποιοι είναι οι φόβοι του, τι προβλήματα αντιμετωπίζει και γενικά πόσο ευχαριστημένος είναι και πόσο ακόμη χρειάζεται για να είναι ευχαριστημένος ολοκληρωτικά.

Η ανάγκη για μια καλή και αντιπροσωπευτική εικόνα των αντιδράσεων και των συναισθημάτων των πελατών σε ένα νεωτερισμό όπως είναι το e-banking είναι μεγάλη γιατί στην αρχή υπάρχει πάντα ένας φόβος και μια αντίδραση για κάθε αλλαγή στη ζωή μας και στο θέμα της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι κρίσιμο να γνωρίζουμε τι είναι ψυχολογικός φόβος, ο οποίος στη πράξη δεν είναι ανασχετικός απλά προκαλεί καθυστέρηση, και τι πραγματικός προβληματισμός που πρέπει να ακυρωθεί.

Η παρούσα εργασία είναι οργανωμένη ως εξής:

Στο κεφάλαιο 1 εισάγεται η περιγραφή της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι παροχές σε υπηρεσίες που σήμερα προσφέρει, και η περιγραφή των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει.

Στο κεφάλαιο 2 περιγράφονται μερικοί από τους παράγοντες που συνθέτουν τη ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται κατά τις τραπεζικές συναλλαγές γενικά και όχι μόνον με το internet banking και πως αυτές αξιολογούνται και περιγράφονται. Η συνεισφορά της βιβλιογραφικής έρευνας στο κομμάτι αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντική.

Στο κεφάλαιο 3 περιγράφονται οι βασικές συμπεριφορές των πελατών, αφοσίωση τα στοιχεία και τα χαρακτηριστικά που εμφανίζει η ικανοποίηση των πελατών καθώς και οι παράγοντες που την επηρεάζουν.

Στο κεφάλαιο 4 εμφανίζεται η έννοια της ικανοποίησης των πελατών από τις συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής και περιγράφεται η μέθοδος της έρευνας που ακολουθήθηκε αναλύοντας τυχόν αδυναμίες και ιδιαιτερότητες που έχει παρουσιάσει.

Στη συνέχεια, και στο κεφάλαιο 5 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας, γίνεται η επεξεργασία τους και η συζήτηση σχετικά με την αξιοποίηση τους.

Η εργασία κλείνει με τα συμπεράσματα που εξάγονται και προτάσεις για μια νέα αναζήτηση στοιχείων που να συνδέουν τις τρεις βασικές αρχές: ποιότητα υπηρεσιών, ευχαρίστηση από τις υπηρεσίες και αφοσίωση στο πιστωτικό ίδρυμα.

ABSTRACT

The electronic banking (e-banking) is in fact a sequence of self-catering banking transactions are now possible due to the rapid technological evolution of information technology. From the bank's hand is a form of financial activities to provide potential benefits such as low operating costs, shorter delays and time for completion of the transaction, management information and update in real time, better communication with existing and prospective clients, etc.

For customers again, there are several good reasons for carrying out banking transactions via electronic banking, such as extending the time for transactions, the lack of time delays, the immediacy of execution of transactions, etc.

Since then the online banking serves both sides sooner or later expected to dominate the banking and banks will lead the field of e-banking will be favorably positioned to competition. So far little is known about the customer attitudes and choices in the trading sector with e-banking.

Therefore require systematic and diverse empirical research to produce a better picture of customer for these transactions, ie knowledge of what services expects, what percentage of transactions executes through electronic transactions, what are the fears, what problems faced and generally how happy it is and how much still needs to be completely happy.

The need for a good and representative picture of the reactions and emotions of customers to a novelty like e-banking is great because at the beginning there is always a fear and a reaction to any change in our lives and the issue of electronic banking is critical to know what is psychological fear, which in practice is not simply bottleneck causing delay, and what real debate to be canceled.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σημερινή εποχή η τεχνολογία της πληροφορίας προσφέρει στη κοινωνία όλες τις δυνατότητες που χρειάζεται για να έχει περισσότερες, εύκολες και ασφαλείς τραπεζικές υπηρεσίες. Ταυτόχρονα, οι τεχνολογικές εξελίξεις επιτρέπουν στις τράπεζες να προσφέρουν νέα προϊόντα, να λειτουργούν πιο αποτελεσματικά, να αυξήσουν την παραγωγικότητα, να επεκταθούν γεωγραφικά και να ανταγωνίζονται μεταξύ τους σε παγκόσμιο επίπεδο. Σαν αποτέλεσμα, έχουμε σήμερα ένα τραπεζικό κλάδο που παρέχει υπηρεσίες καλύτερης ποιότητας και μεγαλύτερης αξίας. Το e-banking έχει γίνει ένα απαραίτητο εργαλείο επιβίωσης για το τραπεζικό κλάδο ενώ παράλληλα αλλάζει ριζικά τραπεζικό κλάδο σε παγκόσμιο επίπεδο. Σήμερα, με ένα κλικ του ποντικιού προσφέρονται στους πελάτες τραπεζικές υπηρεσίες με πολύ χαμηλότερο κόστος ενώ παράλληλα τους δίνεται η δυνατότητα, να επιλέξουν, με πρωτόγνωρη ελευθερία στην επιλογή τους, προμηθευτές που θα καλύψουν τις ανάγκες τους για κάθε είδους χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες.

Οι τράπεζες έχουν αρχίσει να συνειδητοποιούν ότι η επιβίωση τους στη νέα εποχή της ηλεκτρονικής οικονομίας εξαρτάται από την αποτελεσματική παροχή των τραπεζικών υπηρεσιών τους στο Διαδίκτυο, ενώ παράλληλα θα πρέπει να εξακολουθήσουν να στηρίζουν τις παραδοσιακές υποδομές τους.

Πριν από μια δεκαετία το e-banking ήταν ένα στρατηγικό πλεονέκτημα, στις μέρες μας πλέον είναι μια επιχειρηματική πραγματικότητα, αν όχι μια αναγκαιότητα. Το e-banking χρησιμοποιεί τον υπολογιστή και την ηλεκτρονική τεχνολογία στο χώρο των ελέγχων και της εκτέλεσης των συναλλαγών. Όλες οι τράπεζες παρέχουν online τραπεζικές συναλλαγές ή συναλλαγές μέσω ATM στους πελάτες τους ως ένα πρόσθετο πλεονέκτημα, με την απλή χρήση χρεωστικών καρτών και προσωπικών αριθμών αναγνώρισης (PIN) για το σκοπό αυτό. Το Internet banking επιτρέπει στους ανθρώπους να πραγματοποιούν τις περισσότερες από τις τραπεζικές τους συναλλαγές, χρησιμοποιώντας μια ασφαλή ιστοσελίδα, η οποία ανήκει και γίνεται η διαχείριση της από τις αντίστοιχες τράπεζές τους. Οι διαθέσιμες online υπηρεσίες διαφέρουν από τράπεζα σε τράπεζα αλλά σήμερα οι περισσότερες από τις γενικές υπηρεσίες παρέχονται σε όλες τις τραπεζικές ιστοσελίδες.

Η άνοδος του e-banking επαναπροσδιορίζει τις επιχειρηματικές σχέσεις και οι πιο επιτυχημένες τράπεζες θα είναι εκείνες που μπορούν να ενισχύσουν πραγματικά τη σχέση τους με τους πελάτες τους. Ως εκ τούτου αναζητούν τους τρόπους εκείνους που μπορούν να υποβοηθήσουν το σκοπό αυτό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο Η ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ (E-BANKING)

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για πολλούς ανθρώπους, η ηλεκτρονική τραπεζική σημαίνει 24ωρη πρόσβαση σε μετρητά μέσω μιας αυτοματοποιημένης μηχανής ταμειολογιστικών μηχανών (ATM) ή με άμεση διακίνηση ηλεκτρονικών επιταγών πληρωμής από/προς λογαριασμούς όψεως ή ταμειυτηρίου. Αλλά η ηλεκτρονική τραπεζική περιλαμβάνει πολλούς διαφορετικούς τύπους συναλλαγών, με συγκεκριμένες υποχρεώσεις, δικαιώματα, και ευθύνες, καθώς επίσης μερικές φορές, και χρεώσεις συναλλαγών (Cronin M.,1997, ²). Σε όποια μορφή όμως και να είναι έχουν κάνει σήμερα τη ζωή των ανθρώπων πιο πρακτική και εύκολη.

Η ηλεκτρονική τραπεζική, που επίσης ονομάζεται ηλεκτρονική μεταφορά κεφαλαίων (Electronic Fund Transfer,EFT) και πιο απλά e-banking, χρησιμοποιεί τον υπολογιστή και την ηλεκτρονική τεχνολογία στο χώρο των ελέγχων και των άλλων συναλλαγών που γίνονταν μέχρι σήμερα στο χαρτί. Τα EFTs ξεκίνησαν μέσα από ειδικές συσκευές όπου με κάρτες ή κωδικούς μπορούσε να γίνει η πρόσβαση στους λογαριασμούς. (Bloomberg,2013,¹³) Σήμερα, η χρήση των καρτών έχει γενικευθεί και νέου τύπου κάρτες χρησιμοποιούνται στις οποίες χρειάζεται απλά μια ηλεκτρονική υπογραφή ή μια απλή σάρωση (ανέπαφες συναλλαγές) (Rankl,W.; W. Effing, 1997, ⁴). Ένα παράδειγμα είναι οι κάρτες RFID. Η κάρτα RFID είναι μια κάρτα με ταυτοποίηση ραδιοσυχνότητας, και είναι μια δημοφιλής εξέλιξη στις σύγχρονες πιστωτικές κάρτες. Αυτές οι «έξυπνες κάρτες» είναι πιο βολικές από τις παραδοσιακές πιστωτικές κάρτες, επειδή δεν είναι ανάγκη παρά να συρθούν σε ένα αναγνώστη κάρτας που επεξεργάζεται το αίτημα συναλλαγής (FDC, 2005, ³¹)

1.2 Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥ e-BANKING

Ξεκινώντας χρειάζεται να διευκρινίσουμε ότι το e-Banking είναι πιο διευρυμένο από το Internet Banking, αν και πολλές φορές οι δύο έννοιες ταυτίζονται εφόσον σήμερα το Internet Banking αποτελεί το μεγαλύτερο κομμάτι των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Το e-Banking επιτρέπει το χειρισμό πολλών τραπεζικών συναλλαγών μέσω του προσωπικού υπολογιστή, που σήμερα είναι διαθέσιμος σχεδόν σε κάθε χώρο, ή μέσω άλλων πιο εξειδικευμένων

συσκευών, ενώ βρίσκεται σε εκρηκτική ανάπτυξη η χρήση των κινητών για τη διεξαγωγή τραπεζικών συναλλαγών. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιήσει κάποιος τον υπολογιστή για να έχει πρόσβαση στο υπόλοιπο του λογαριασμού του, να ζητήσει μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών, καθώς και να μπορεί να πληρώνει κατευθείαν τους λογαριασμούς του σε δημόσιους οργανισμούς ή υπηρεσίες με ηλεκτρονικά μέσα.⁽¹⁵⁾

Το δίκτυο σε κάθε τραπεζικό οργανισμό μέσω του φορέα παροχής υπηρεσιών προσφέρει τη δυνατότητα στο χρήστη να συνδεθεί απευθείας μαζί του, έτσι ώστε τα αιτήματα εξυπηρέτησης των αναγκών του να μπορούν να τύχουν αυτόματης διεκπεραίωσης χωρίς την ανάγκη για παρέμβαση από τους τραπεζικούς υπαλλήλους εξυπηρέτησης πελατών. Το σύστημα είναι πλέον ικανό να διακρίνει μεταξύ αυτών των αιτημάτων εξυπηρέτησης πελατών εκείνα που μπορούν να τύχουν μιας αυτοματοποιημένης ολοκλήρωσης και αυτών των αιτημάτων που απαιτούν χειρισμό από έναν υπάλληλο εξυπηρέτησης πελατών. Είναι ενσωματωμένο με το σύστημα του κεντρικού υπολογιστή της τράπεζας, έτσι ώστε ο εξ' αποστάσεως πελάτης της τράπεζας να μπορεί να έχει πρόσβαση σε όλες τις αυτοματοποιημένες υπηρεσίες που η τράπεζα προσφέρει.

Η μεθοδολογία που ακολουθείται περιλαμβάνει τα στάδια

- Το στάδιο της εισαγωγής ενός αιτήματος του τραπεζικού πελάτη, αίτημα που επιλέγεται από ένα μενού των τραπεζικών υπηρεσιών, σε έναν απομακρυσμένο προσωπικό υπολογιστή.
- Το στάδιο της διαβίβασης του αιτήματος για τη συγκεκριμένη τραπεζική υπηρεσία σε έναν κεντρικό υπολογιστή μέσω δικτύου
- Την παραλαβή του αιτήματος από τον κεντρικό υπολογιστή ο οποίος προσδιορίζει το είδος του τραπεζικού πελάτη και της αίτησης που λαμβάνει
- Την αυτόματη καταγραφή του αιτήματος για τη συγκεκριμένη τραπεζική υπηρεσία, και τη σύγκριση της με ένα αποθηκευμένο πίνακα των διαφορετικών τύπων αιτημάτων. Κάθε ένα από τα είδη αιτήματος έχει ένα χαρακτηριστικό που δείχνει εάν ο τύπος αιτήματος είναι δυνατόν να ολοκληρωθεί από ένα αυτοματοποιημένο σύστημα ή από έναν αντιπρόσωπο εξυπηρέτησης πελατών. Ανάλογα,
- Κατευθύνει την αίτηση σε μια σειρά για επεξεργασία από ένα αυτοματοποιημένο σύστημα ή ενημερώνει το χρήστη για την αδυναμία on line εξυπηρέτησης του.

Η βασική διαφοροποίηση μεταξύ e-Banking και Internet Banking είναι ότι στο πρώτο εν γένει μπορεί να χρειάζεται ένα λογισμικό που εγκαθιστά η κάθε τράπεζα, ενώ το Internet Banking πραγματοποιείται μέσω σύνδεσης με ένα πρόγραμμα παγκόσμιας περιήγησης (browser based)

1.3 Η ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΓΙΑ ΤΟ e-BANKING

Για το e-banking έχει αναπτυχθεί μεγάλη βιβλιογραφία και τόσο οι σχετικές διαδικασίες και τα προβλήματα τους όσο και οι εφαρμογές του έχουν περιγραφεί από διάφορους συγγραφείς με διάφορους τρόπους. Μεταξύ των διαφόρων ορισμών αξίζει να αναφερθεί αυτός που περιγράφει το e-Banking ως μια τραπεζική διαδικασία, όπου ο πελάτης μπορεί να έχει πρόσβαση στον τραπεζικό λογαριασμό του είτε μέσω μιας κατάλληλης συσκευής τοποθετημένης σε δημόσιους χώρους, ή μέσω του διαδικτύου με τη χρήση προσωπικού υπολογιστή, ή από κινητό τηλέφωνο ή στο web browser. (Daniel E., 1999,³⁴). Επιπλέον, οι Ongkasuwan και Tantichaltonon, (2002, ³⁵) καθορίζουν τις τραπεζικές υπηρεσίες που μπορούν να διεκπεραιωθούν μέσω internet και περιγράφουν τη τραπεζική πρακτική που επιτρέπει στους πελάτες να έχουν πρόσβαση και να εκτελούν οικονομικές συναλλαγές σε τραπεζικούς λογαριασμούς τους μέσω Web-enabled σύνδεσης του υπολογιστή στο Διαδίκτυο οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμούν. Σε μελέτες που δημοσιεύθηκαν (Kham S.K., 2007, ³⁶) υπάρχει η παρατήρηση ότι το e-banking υποστηρίζεται από επιμέρους συστήματα του λογισμικού που επιτρέπουν στους πελάτες, την πρόσβαση για συναλλαγές ανάμεσα σε διαφορετικούς λογαριασμούς, όπως και να συναλλάσσονται και να λαμβάνουν πληροφορίες σχετικά με τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και υπηρεσίες που διατίθενται από τις τράπεζες μέσω σύνδεσης στο Διαδίκτυο. Μια ελαφρά διαφοροποιημένη δημοσίευση (Kim et al, 2006, ³⁷), ορίζει το e-Banking ως τη διαδικασία με την οποία ο πελάτης είναι σε θέση να έχει τη πρόσβαση, τον έλεγχο και τη χρήση του λογαριασμού του μέσω του διαδικτύου. Κατά συνέπεια, ο όρος e-banking περιγράφει και το σύστημα και τη διαδικασία που διαμεσολαβεί με αυτό.

1.4 ΟΙ ΑΥΤΟΜΑΤΕΣ ΤΑΜΕΙΟΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ (ATM)

Ένα μηχάνημα αυτόματης ανάληψης (ATM) είναι μια ηλεκτρονική συσκευή τηλεματικής που επιτρέπει στους πελάτες ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος να χρησιμοποιήσουν άμεσα μια ασφαλή μέθοδο επικοινωνίας για να αποκτήσουν πρόσβαση στους τραπεζικούς λογαριασμούς τους, ή να κάνουν αναλήψεις/ καταθέσεις μετρητών (ή αναλήψεις μετρητών μέσω πιστωτικής κάρτας) ή να ελέγξουν τα υπόλοιπα των λογαριασμών τους, καθώς και πολλές άλλες εργασίες χωρίς να υπάρχει η ανάγκη να απευθυνθούν σε ανθρώπους της τράπεζας που βρίσκονται σε γκισέ. Τα βήματα που ακολουθούνται στη περίπτωση αυτή είναι

- Στα περισσότερα σύγχρονα μηχανήματα ATM, ο πελάτης προσδιορίζει την ταυτότητα του εισάγοντας μια πλαστική κάρτα με μαγνητική ταινία ή μια πλαστική έξυπνη κάρτα με ένα τσιπ που περιέχει τον αριθμό του λογαριασμού του.

- Στη συνέχεια επαληθεύει την ταυτότητά του με την εισαγωγή ενός κωδικού πρόσβασης, που συχνά αναφέρεται ως ένα PIN (Personal Identification Number) από τέσσερα ή περισσότερα ψηφία.
- Μετά την επιτυχή εισαγωγή PIN, ο πελάτης μπορεί να εκτελέσει μια συναλλαγή.

Η ανάπτυξη των ATM έχει αυξηθεί ραγδαία σε δημόσιους χώρους σε όλο τον κόσμο. Στην ίδια λογική των ATM βρίσκεται και η παροχή υπηρεσιών τηλετραπεζικής. Οι υπηρεσίες αυτές περιλαμβάνουν μια σειρά χρηματοπιστωτικών συναλλαγών που γίνονται με τη κλήση τηλεφωνικά μέσω σταθερού ή κινητού από οπουδήποτε. Για παράδειγμα μεταξύ άλλων μπορεί να γίνει

- Ενημέρωση για το υπόλοιπο του λογαριασμού και την διερεύνηση των συναλλαγών σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο
- Μηνύματα για τη διαχείριση λογαριασμού προθεσμιακής κατάθεσης καθώς και την ανανέωση της
- Μεταφορά κεφαλαίων από τραπεζικό ίδρυμα σε άλλο, συναλλαγή που είναι αυτόματη και άμεση

1.5 Η ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΥΠΝΩΝ ΚΑΡΤΩΝ

Μια έξυπνη κάρτα περιέχει συνήθως ένα ενσωματωμένο μικροεπεξεργαστή 8-bit. Ο μικροεπεξεργαστής είναι κάτω από ένα επίθεμα επαφής στη μία πλευρά της κάρτας και υπάρχει στην έξυπνη κάρτα για ασφάλεια. Ο αναγνώστης του κεντρικού υπολογιστή και η κάρτα στη πραγματικότητα "μιλάνε" μέσα από τον μικροεπεξεργαστή που επιβάλλει την πρόσβαση στα δεδομένα της κάρτας.

Αυτές οι κάρτες είναι ικανές για πολλά είδη συναλλαγών. Για παράδειγμα, ένα άτομο θα μπορούσε να κάνει αγορές από το πιστωτικό/χρεωστικό λογαριασμό του, ή από μια αποθηκευμένη αξία του λογαριασμού που είναι σε θέση να φορτωθεί εκ νέου. Η βελτιωμένη μνήμη και ικανότητα επεξεργασίας δίνει στην έξυπνη κάρτα τη δυνατότητα να μπορεί να φιλοξενήσει πολλές διαφορετικές εφαρμογές σε μια ενιαία κάρτα.

Οι έξυπνες κάρτες μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν σε ένα έξυπνο αναγνώστη καρτών σε έναν προσωπικό υπολογιστή ενός οργανισμού για τον έλεγχο ταυτότητας ενός χρήστη. Οι έξυπνες κάρτες είναι πολύ πιο δημοφιλείς στην Ευρώπη από ό, τι στις ΗΠΑ κυρίως σε θέματα που συνδυάζουν τραπεζικές υπηρεσίες και θέματα κοινωνικής ασφάλισης.

1.6 Η ΧΡΕΩΣΤΙΚΗ ΚΑΡΤΑ

Οι χρεωστικές κάρτες, είναι επίσης γνωστές ως κάρτες ελέγχου. Μοιάζουν με πιστωτικές κάρτες, αλλά λειτουργούν όπως τα μετρητά ή η προσωπική επιταγή.

Οι χρεωστικές κάρτες είναι διαφορετικές από τις πιστωτικές κάρτες. Ενώ μια πιστωτική κάρτα είναι ένας τρόπος για να «πληρώσει κάποιος αργότερα», μια χρεωστική κάρτα είναι ένας τρόπος για να «πληρώσει κάποιος τώρα». Όταν χρησιμοποιείται μία χρεωστική κάρτα, τα χρήματα γρήγορα αφαιρούνται από τον έλεγχο ή τον τραπεζικό λογαριασμό που έχει ο κάτοχος της κάρτας.

Οι χρεωστικές κάρτες γίνονται δεκτές σε πολλές περιοχές, όπως παντοπωλεία, καταστήματα λιανικής πώλησης, σταθμούς βενζίνης, και τα εστιατόρια.

1.7 ΟΙ Ε-ΕΠΙΤΑΓΕΣ (e-check)

Μια e-Επιταγή είναι η ηλεκτρονική έκδοση που επιτρέπει τη κάλυψη διαφόρων εξόδων σε τακτό χρονικό διάστημα. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη θέση των ελέγχων και να καλύψει τις πιο απομακρυσμένες συναλλαγές

Οι πληροφορίες και το νομικό πλαίσιο για την E-Επιταγή είναι τα ίδια με αυτά του χαρτιού επιταγής. Η διαδικασία για τη χρέωση/ πίστωση με e-επιταγή έχει ως εξής

- Ο χρήστης "γράφει" την e-επιταγή χρησιμοποιώντας ένα από τα πολλά είδη των ηλεκτρονικών συσκευών υποδεικνύοντας ηλεκτρονικά τον δικαιούχο
- Ο δικαιούχος διαχειρίζεται ηλεκτρονικά την ηλεκτρονική Επιταγή δηλαδή, την καταθέτει, τυγχάνει πίστωσης, και η τράπεζα του δικαιούχου "καθαρίζει" την e-επιταγή μέσω της πληρώτριας τράπεζας καθόσον η Ηλεκτρονική Επιταγή τυγχάνει πίστωσης.
- Η πληρώτρια τράπεζα επικυρώνει την e-Επιταγή και στη συνέχεια πιστώνεται με τα συνολικά «τέλη» ο λογαριασμός του συγγραφέα της e-επιταγής.

1.8 TO MOBILE BANKING

Το Mobile Banking είναι η εκτέλεση δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση και τις πληρωμές μέσω μιας φορητής συσκευής όπως ένα smartphone ή tablet. Με τη χρήση μιας φορητής συσκευής, ο χρήστης μπορεί να ολοκληρώσει μια συναλλαγή mobile banking μέσω κλήσης, κείμενου, ιστοσελίδας, ή "κατεβάζοντας" μια εφαρμογή. Στο mobile banking υπάρχουν και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, μερικά από τα οποία επισημαίνονται παρακάτω :

- Το κινητό χρησιμοποιεί τη συνδεσιμότητα των παροχών τηλεπικοινωνιών και, ως εκ τούτου δεν απαιτεί σύνδεση στο internet,

- Με mobile banking, οι χρήστες κινητών τηλεφώνων μπορούν να εκτελούν διάφορες λειτουργίες οικονομικής φύσεως εύκολα και με ασφάλεια. Μπορεί δηλαδή κάθε κάτοχος κινητού να ελέγξει ανά πάσα στιγμή το υπόλοιπο του λογαριασμού του, να διαβάσει τα στοιχεία της τελευταίας συναλλαγής, να μεταφέρει χρήματα, να πληρώνει λογαριασμούς, και να εκτελεί και διαχείριση επενδύσεων,
- Το Mobile Banking είναι διαθέσιμο όλο το εικοσιτετράωρο όλες τις ημέρες του χρόνου, και αποτελεί την ιδανική επιλογή για την πρόσβαση σε χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες για τους περισσότερους ιδιοκτήτες κινητών τηλεφώνων στις αγροτικές περιοχές.

Από τα μειονεκτήματα όμως που υπάρχουν αναφέρονται

- Οι χρήστες του Mobile Banking βρίσκονται σε κίνδυνο από τη λήψη πλαστών μηνυμάτων SMS και από ηλεκτρονικές απάτες.
- Η απώλεια της κινητής συσκευής συχνά σημαίνει ότι κάποιος άλλος μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση στο mobile banking, το PIN και σε άλλες ευαίσθητες πληροφορίες.
- Οι τακτικοί χρήστες του mobile banking με την πάροδο του χρόνου μπορεί να χρεώνονται σημαντικές από τις τράπεζές τους με σημαντικές επιβαρύνσεις.

Τα τελευταία χρόνια, όμως το mobile banking έχει γίνει αρκετά δημοφιλής τρόπος διενέργειας εξωτραπεζικών συναλλαγών κυρίως επειδή είναι βολικό για πολλές κατηγορίες ατόμων.

1.9 E-BANKING ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Για να διατηρηθεί μια καλή αμφίπλευρη σχέση χρειάζεται να δημιουργούνται από τη σχέση αυτή πλεονεκτήματα για αμφότερες τις πλευρές, να δημιουργείται δηλαδή μια win-win κατάσταση και για τις τράπεζες και για τους πελάτες.

Με το e-banking τα οφέλη που δημιουργούνται για τις τράπεζες είναι :
Η μείωση του κόστους λειτουργίας : Μακροπρόθεσμα μια τράπεζα μπορεί να μειώσει το κόστος λειτουργίας της μειώνοντας τον αριθμό των εργαζομένων στα ταμεία ακόμα μειώνοντας και τον αριθμό των καταστημάτων της.

Η μεγέθυνση του δικτύου πελατών : Εφόσον για κάποιες συναλλαγές δεν χρειάζεται να υπάρχει υποκατάστημα, το Διαδίκτυο επιτρέπει στις τράπεζες να απλωθούν αποτελεσματικά σε νέες γεωγραφικές περιοχές εφόσον οι συναλλαγές μέσω Διαδικτύου είναι και φθηνότερες.

Η ενίσχυση του ανταγωνισμού : Το Διαδίκτυο παρέχει επίσης ίσους όρους ανταγωνισμού για τις μικρές τράπεζες που θέλουν να αυξήσουν τη πελατειακή τους βάση. Η απόδοση των δραστηριοτήτων : Με την παροχή πρόσβασης στο Internet για τους πελάτες τους οι τράπεζες μπορεί να γίνουν πιο αποτελεσματικές από ό, τι ήδη είναι, εφόσον μπορούν να έχουν αμέσως ό,τι στοιχεία χρειάζονται από αυτούς.

Η εικόνα προς τα έξω : Μια τράπεζα φαίνεται να είναι πιο ανοικτή στη τεχνολογία και συνειρμικά σε πιο μοντέρνες τραπεζικές πρακτικές εάν προσφέρει υπηρεσίες στο Διαδίκτυο. Ένα άτομο μπορεί να μην θέλει να χρησιμοποιεί το Internet banking, αλλά αν έχει διαθέσιμη την δυνατότητα αυτή του δημιουργείται η αίσθηση ότι η τράπεζά του έχει προχωρήσει στην εξέλιξη της.

Τα οφέλη για τους πελάτες είναι τα εξής:

Η εξυπηρέτηση των πελατών : Το e-banking όχι μόνο επιτρέπει στον πελάτη να έχει μια πλήρη γκάμα υπηρεσιών που διατίθενται, αλλά του δίνει επίσης πρόσβαση σε ορισμένες υπηρεσίες που δεν προσφέρονται σε όλα τα υποκαταστήματα.

Η ενημέρωση των πελατών : Ο πελάτης δε χρειάζεται να πάει σε ένα υποκατάστημα για να ενημερωθεί για το αν υπάρχουν προσφορές και τι είδους είναι οι προσφορές που υπάρχουν, όπως επίσης δε χρειάζεται να πάει για να μάθει στοιχεία για το λογαριασμό του (υπόλοιπο, κίνηση λογαριασμού, κλπ.). Μπορεί να εκτυπώσει τις πληροφορίες, τα έντυπα, και τις εφαρμογές μέσω του διαδικτύου και να είναι σε θέση να αναζητήσει πληροφορίες αποτελεσματικά, αντί να περιμένει για τις πληροφορίες αυτές στην ουρά.

Η ικανοποίηση του πελάτη : Με περισσότερες, καλύτερες και ταχύτερες επιλογές οι τράπεζες θα είναι σε θέση να δημιουργήσουν καλύτερες σχέσεις και μεγαλύτερη ικανοποίηση με τον πελάτη.

1.10 E-BANKING ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΥΠΑΡΧΟΥΝ

Το Διαδίκτυο έχει πλέον αναδειχθεί ως ένα μεγάλο κανάλι διανομής των τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών, και αυτό πλέον ισχύει σε παγκόσμια κλίμακα. Όπως για κάθε καινοτομία έχουν δημιουργηθεί κάποια προβλήματα που χρειάζεται γρήγορα να επιλυθούν. Στη συνέχεια αναφέρονται κάποιοι από τους προβληματισμούς αυτούς.

Η υποστήριξη των πελατών : οι τράπεζες πρέπει να διασφαλίσουν ότι όταν οι πελάτες χρειάζονται βοήθεια μπορούν εύκολα να την έχουν. Η δημιουργία σημαντικών προβλημάτων στις ηλεκτρονικές συναλλαγές μπορούν εύκολα και πολύ γρήγορα να καταστρέψουν τη φήμη μιας τράπεζας. Ως εκ τούτου είναι απαραίτητο να δημιουργήσουν ένα νέο τμήμα σχέσεων με τους πελάτες (Help Desk) με στόχο τη βοήθεια των τελευταίων όταν τη χρειαστούν. Με την επίδειξη στον πελάτη ότι το Διαδίκτυο είναι αξιόπιστο θα είναι σε θέση να κάνουν τον πελάτη να εμπιστεύεται τις online τραπεζικές συναλλαγές όλο και περισσότερο.

Η ασφάλεια των συναλλαγών : ο πελάτης ανησυχεί πάντα για την ασφάλεια των συναλλαγών αλλά και των λογαριασμών του. Αναρωτιέται πάντα αν κάτι μπορεί να συμβεί κατά τη συναλλαγή του ή στο λογαριασμό του.

Η νομοθεσία : η παγκόσμια διάσταση του Διαδικτύου και η διασυνοριακή φύση του Internet banking, επιβάλλει οποιαδήποτε οικονομική δραστηριότητα γίνεται μέσω αυτού να εξετάζεται υπό το πρίσμα της διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας και πρέπει επομένως να εξετάζεται το ρυθμιστικό πλαίσιο της διασυνοριακής παροχής τραπεζικών και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο

Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αντίθεση με όσα ο κόσμος πιστεύει η βελτίωση της αντίληψης που έχει σχηματισθεί για την ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών δεν περνά απαραίτητα μέσα από μια συμπίεση των περιθωρίων των επιτοκίων ή μέσω της μείωσης των προμηθειών από τις τράπεζες. Πράγματι, η εμπειρία έχει δείξει ότι η τιμολογιακή πολιτική της τράπεζας δεν μπορεί να είναι ο ακρογωνιαίος λίθος της στρατηγικής της για κατάκτηση μεγαλύτερου μεριδίου στη τραπεζική αγορά. Οι εξειδικευμένες τράπεζες το γνωρίζουν και για το λόγο αυτό ποτέ δεν εμφανίζονται ως «κράχτες» με τις τιμές. Οι πελάτες δείχνουν πιο ευαίσθητοι στο δίδυμο "καλές συμβουλές στην κατάλληλη τιμή», και δεν προσελκύονται από μια φθηνότερη τράπεζα για όποιο λόγο και αν συμβαίνει αυτό, χωρίς να διασφαλίσουν τη κατάλληλη συμβουλευτική υποστήριξη.

Οι περισσότερες από τις τράπεζες, προσπαθούν να υιοθετήσουν μια άλλη προσέγγιση, πιο ξεκάθαρη αλλά ταυτόχρονα και πιο μακρόπνοη για τη στρατηγική που θα ακολουθήσουν στο μάρκετινγκ τους. Προσπαθούν να έχουν ένα διαφορετικά βαθμονομημένο, και πιο αντιπροσωπευτικό των συναισθημάτων των πελατών, σύστημα μέτρησης της ποιότητας των υπηρεσιών τους. Κάποιες από αυτές έχουν συνειδητοποιήσει ότι για να διαμορφώσουν μια αποδοτική προσέγγιση της διαχείρισης ποιότητας των υπηρεσιών τους δεν πρέπει να ενδιαφέρονται μόνο για το περιεχόμενο των υπηρεσιών αλλά θα πρέπει να αναζητούν και τις πληροφορίες εκείνες που σχετίζονται με την αντίληψη που έχουν οι πελάτες σχετικά με το επίπεδο της ικανοποίησης των αναγκών τους από την τράπεζα.

2.2 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Έχοντας συνειδητοποιήσει την ανάγκη αυτή πολλοί μελετητές ερευνούν την ποιότητα των υπηρεσιών σε σχέση με την ικανοποίηση των αναγκών τους από τη τράπεζα, όπου δεν διευκρινιζόταν το είδος των τραπεζικών υπηρεσιών. Για τους Parasuraman et al., (1985, 1988) η ικανοποίηση για τη ποιότητα των υπηρεσιών ορίζεται ως η εκτίμηση της διαφοράς ανάμεσα στις αντιλήψεις και τις προσδοκίες των πελατών όσον αφορά την παροχή των υπηρεσιών και των υπηρεσιών που προσφέρονται στη πραγματικότητα. Πάνω σε αυτή την αρχή βασίσθηκε και η

χρήση της μεθόδου τους SERVQUAL. (Pollack, 2009³²). Σε σχετική μελέτη, (Parasuraman et al, 1988,¹), όπου όμως δεν διευκρινιζόταν το είδος των τραπεζικών υπηρεσιών εφόσον το e-banking ήταν τότε στα σπάργανα, εξέτασαν πόσο ικανοποιημένα στάθηκαν τα μέλη 10 διακριτών ομάδων καταναλωτών ως προς 10 διαφορετικούς παράγοντες που αναφέρθηκαν. Οι παράγοντες αυτοί, που στη γλώσσα της επιστήμης της έρευνας καλούνται “διαστάσεις”, στη πραγματικότητα φάνηκε ότι επικαλύπτονταν και έγινε προσπάθεια να περιορισθούν σε πέντε. Οι πέντε αυτές διαστάσεις που παίζουν ουσιαστικό ρόλο στο τρόπο που οι πελάτες αξιολογούν τις τραπεζικές υπηρεσίες είναι οι εξής

- Η εικόνα της τράπεζας, από πλευράς εμφάνισης εγκαταστάσεων, εξοπλισμό, προσωπικό, καθώς και η εικόνα της τράπεζας που παρουσιάζεται στα διάφορα μέσα επικοινωνίας.
- Η αξιοπιστία, που είναι η συνέπεια που δείχνει η τράπεζα για να ολοκληρώσει την υπηρεσία που της ζητήθηκε.
- Η ανταπόκριση, η οποία φαίνεται στη διάθεση και την ικανότητα που έχει η τράπεζα να παράσχει έγκαιρη εξυπηρέτηση
- Η διασφάλιση που νοιώθουν οι πελάτες και η οποία εξαρτάται από τη συμπεριφορά του προσωπικού της τράπεζας και την εμπιστοσύνη που έχει δημιουργηθεί στους πελάτες
- Η αίσθηση του “ταιριάσματος” στη νοοτροπία των πελατών, όπως για παράδειγμα η εξειδίκευση και το ενδιαφέρον της τράπεζας για συγκεκριμένη ομάδα πελατών της

Παρά τη διάδοση της SERVQUAL όμως και τη χρήση της ιδιαίτερα σε ερευνητικό και εκπαιδευτικό επίπεδο η αξιοπιστία της, η λειτουργικότητα της καθώς και ο τρόπος που προσδιορίζεται η “ποιότητα των υπηρεσιών” έχουν αμφισβητηθεί (Brown et al., 2011,³³) καθώς επίσης υπό διερεύνηση τέθηκε από νωρίς και το θέμα τις επίπτωσης των πολιτισμικών διαφορών στη σημασία των διαστάσεων SERVQUAL ανάλογα με τις χώρες αναφοράς (Τσουκάτος Ε. & Vamparia Β., 2006¹⁰), και άλλοι.

Με αυτό το στόχο, άλλοι ερευνητές Brandy et al., (2002)³⁸ προσπάθησαν να συγχωνεύσουν τις προσδοκίες και τις διαφορετικές αντιλήψεις σε μια μόνο κλίμακα μέτρησης που θα είναι πιο αποτελεσματική, αξιόπιστη και έγκυρη και ισχύει για ένα συγκεκριμένο κλάδο και όχι για μια κλίμακα που χρησιμοποιείται για όλους. Πολλές έρευνες έχουν δείξει την ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών, όπως τις αντιλαμβάνεται ο πελάτης, και της σταθερότητας της σχέσης που αναπτύσσει ο πελάτης με τη τράπεζα (αυτό που στη συνέχεια θα αποκαλείται

νομιμοφροσύνη). Ιδιαίτερα στο τραπεζικό κλάδο οι έρευνες που έγιναν (Lam & Burton, 2006³⁹) υποστηρίζουν ότι οι υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που παρέχονται από τη τράπεζα σε συνδυασμό με το αίσθημα ικανοποίησης που δημιουργούν επηρεάζουν θετικά την αφοσίωση των πελατών.

Για τους Zeithaml V. & Bitner M.,(2006)⁹ η ποιότητα των υπηρεσιών είναι μια εστιασμένη αξιολόγηση που αντανακλά την αντίληψη του πελάτη πάνω σε συγκεκριμένες διαστάσεις της υπηρεσίας: την αξιοπιστία, την υπευθυνότητα, τη διασφάλιση, την ενσυναίσθηση, κ.α. Η ικανοποίηση, από την άλλη πλευρά, είναι πιο περιεκτική, ίσως και πιο αμφίσημη, καθώς επηρεάζεται από τις αντιλήψεις της ποιότητας των υπηρεσιών, την ποιότητα των προϊόντων και των τιμών καθώς και διάφορους περιστασιακούς και προσωπικούς παράγοντες.

Αυτή η εργασία βασίστηκε σε προηγούμενες έρευνες και μελέτες που έχουν γίνει στο πρόσφατο παρελθόν με θέμα την ικανοποίηση των πελατών από τις συναλλαγές με τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Πολλά συμπεράσματα και παραδοχές τα πήρε έτοιμα από προηγούμενες εργασίες που έγιναν για χώρες που ως κοινό χαρακτηριστικό τους είχαν το ότι δεν υπήρχε ώριμη τραπεζική αγορά. Μεταξύ αυτών, και ανάμεσα στις πολλές η ουσιαστική βοήθεια δόθηκε από τις εργασίες των Khan, M.S.& Sreekumar K., (2009)¹⁶, Danniell, E. & Storey C.,(1997)²³ και Karjaluoto, H., Mattila, M., & Pentto, T., (2002).²⁴, καθώς και από κάποιες παρόμοιες που έχουν γίνει για τις τραπεζικές υπηρεσίες πίσω από το γκισέ και οι οποίες βοήθησαν να επιλεγθούν οι βασικοί κύριοι παράγοντες και να περιγραφούν οι έννοιες των μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν. Μεταξύ αυτών ουσιαστική βοήθεια έδωσαν ευρήματα από τις εργασίες των Parasuraman et al (1998)¹⁷, Bahia and Nantel,(2000)²⁵, Petridou et al (2007)²⁶ and Tsoukatos and Mastrojianni, 2010¹⁸

Οι μελέτες αυτές βοήθησαν επίσης στην επιλογή της πιο πρόσφορης μεθοδολογίας για την συλλογή και την επεξεργασία των αποτελεσμάτων έρευνας που διεξήχθη μέσω του διαδικτύου.

2.3 Η ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

Για τις τράπεζες, η χρήση της τεχνολογίας και του Διαδικτύου ειδικότερα, βοηθά στη μείωση του κόστους, στην δημιουργία ενός επιπλέον καναλιού διανομής, και την ευκαιρία να δημιουργηθούν νέου τύπου τραπεζικές υπηρεσίες προσαρμοσμένες στις ανάγκες των πελατών. Επιπλέον, είναι μια μέθοδος προσέλκυσης νέων πελατών και δημιουργίας νέων προοπτικών ανάπτυξης.

Αν ενδιαφέρονται να προκαλέσουν το ενδιαφέρον και να οικοδομήσουν μια μακρόπνοη σχέση με τους πελάτες, οι τράπεζες πρέπει να δουν το e-banking ως κάτι περισσότερο από το γεγονός της απλής διάθεσης μιας ιστοσελίδας με ένα ελκυστικό και εργονομικό σχεδιασμό. Η ανάδειξη της

σημασίας που έχει η ποιότητα των τραπεζικών ηλεκτρονικών συναλλαγών για τους πελάτες μπορεί να θεωρηθεί ως ένα από τα πρώτα βήματα.

Η έρευνα για την ανάδειξη της σημασίας της ποιότητας των ηλεκτρονικών υπηρεσιών εν γένει γίνεται σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος χρειάζεται να μελετηθεί η επίδραση των παραγόντων που σχετίζονται με ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, όπως προσδιορίστηκαν και από τη βιβλιογραφία, στην αντιληπτή αξία των υπηρεσιών αυτών για τους πελάτες. Το δεύτερο μέρος είναι να μελετηθεί ο ρόλος της αντιληπτής αξίας για τον καθορισμό της συμπεριφοράς και των προθέσεων των πελατών. Αυτή η προσέγγιση επιτρέπει να κατανοηθεί σε βάθος ο τρόπος με τον οποίο ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται και ενσωματώνει τις υπηρεσίες αυτές. Με βάση αυτή την αντίληψη, οι τράπεζες θα είναι δυνατόν να ανταποκριθούν επαρκώς και να είναι κάθε φορά κατάλληλα προετοιμασμένες για το επόμενο βήμα.

Εκτός όμως από τη ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών μέσω του e-banking έχει σημασία και η αξία τους.

2.4 Η ΑΞΙΑ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Όταν διερευνάται ποια είναι η αξία μιας υπηρεσίας για έναν πελάτη στη πραγματικότητα υπάρχει πάντα μια διπλή θεώρηση από τη μια πλευρά είναι η « αξία της υπηρεσίας που θεωρεί ο πελάτης» και από την άλλη «αξία της υπηρεσίας που παρέχεται στο πελάτη». Καμιά από τις δύο δεν αξιολογείται από το τραπεζικό ίδρυμα αλλά αντίθετα, αποδίδονται και οι δύο αξίες όπως αυτές γίνονται αντιληπτές από τον πελάτη. Επομένως η αντιληπτή αξία από τον πελάτη συναρτάται στη πραγματικότητα με το όφελος που ο πελάτης βλέπει να έχει από τη συγκεκριμένη τραπεζική υπηρεσία. Οι τράπεζες προσθέτοντας υπηρεσίες, που οι πελάτες θεωρούν ως σημαντικές και χρήσιμες, στη πραγματικότητα τους παρέχουν επιπλέον οφέλη, άρα επιπλέον αξία. (Juan Carlos Roig et al, 2006,²⁹)

Στα ATM για παράδειγμα, οι συναλλαγές έχουν το ίδιο ακριβώς αποτέλεσμα με τις συναλλαγές στα γκισέ των τραπεζών. Το επιπλέον όφελος είναι το ότι με τα ATM οι πελάτες μπορούν να κάνουν τις συναλλαγές τους εκτός του κανονικού ωραρίου, απόγευμα ή βράδυ.

Η αξία της υπηρεσίας που παρέχεται μπορεί να ανήκει σε μια από τις τρεις κατηγορίες.

Η αναμενόμενη αξία είναι η αξία της υπηρεσίας όπως κοστολογείται από τη τράπεζα, ανάλογα με τη πραγματική της δομή του κόστους. Στο Mobile Banking για παράδειγμα, το κόστος υποστήριξης της εφαρμογής δίνει και την επιπλέον αξία της υπηρεσίας.

Η επιθυμητή αξία μιας υπηρεσίας είναι μια αξία που οφείλεται σε κάποια χαρακτηριστικά που έχουν θετική συνεισφορά στα αποτελέσματα της υπηρεσίας και που δεν οφείλονται σε μάρκετινγκ συμπεριφορές. Για παράδειγμα, η on line άμεση ενημέρωση της κίνησης των λογαριασμών είναι ένα χαρακτηριστικό που προσθέτει αξία στις συναλλαγές στο ATM.

Η απρόβλεπτη αξία είναι η αξία που δημιουργείται πέραν από τις προσδοκίες των πελατών και βοηθάει στην ενίσχυση των δεσμών μεταξύ των πελατών και της τράπεζας. Η εξόφληση ενός δανείου σε περίπτωση θανάτου ή ατυχήματος μέσα από μια συμβολική ασφάλιση είναι μια απρόβλεπτη αξία. Βέβαια πρέπει να επισημανθεί ότι η έννοιες των αξιών για να έχουν νόημα πρέπει οπωσδήποτε να γίνονται αισθητές από τον πελάτη (Mathew J. and McClure M., 1999, ⁴⁷) Οι εξελίξεις στην τεχνολογία των πληροφοριών και των επικοινωνιών έχουν εκτινάξει τη προσφορά υπηρεσιών στον τραπεζικό κλάδο και οι τράπεζες υιοθετούν τις καινοτομίες της τεχνολογίας για να βελτιώσουν τη τεχνολογική τους υποδομή και να αυξήσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών τους. Τα κέντρα υπηρεσιών (call centers), τα μηχανήματα ATM και το e-banking είναι κάποια τέτοια παραδείγματα. Ωστόσο, όπως για κάθε νέο, υπάρχει δυσπιστία ακόμη και δυσαρέσκεια των πελατών με αφορμή κάποια συμβάντα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο

ΟΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΗΣ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

3.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ

Οι στατιστικές δείχνουν ότι ένα 12-15% των πελατών παραμένει πιστό σε μία μόνο επιχείρηση και ο κανόνας αυτός λίγο-πολύ ισχύει και για τις τράπεζες. Για το τραπεζικό τομέα όμως το ποσοστό αυτό είναι απελπιστικά χαμηλό για να μπορέσει να συντηρήσει χωρίς μεγάλο ρίσκο τα περισσότερα από τα πιστωτικά ιδρύματα που υπάρχουν.

Τα χαρακτηριστικά που έχει ένας αφοσιωμένος πελάτης μιας τράπεζας δεν είναι διαφορετικά από εκείνα μιας οποιασδήποτε άλλης επιχείρησης με ελάχιστες εξαιρέσεις:

- Συνεχίζει να χρησιμοποιεί ένα ή περισσότερα τραπεζικά προϊόντα ή υπηρεσίες και δεσμεύεται να συνεχίζει να το πραγματοποιεί και στο μέλλον
- Ο αφοσιωμένος πελάτης δεν συνηθίζει να ζητάει υπηρεσίες ή προσφορές από ανταγωνιστικά ιδρύματα ή και αν ενημερωτικά τις ζητήσει δε προχωράει σε ουσιαστική αξιολόγηση τους.

Μια ουσιαστική διαφορά, που όμως υπάρχει και παίζει κύριο ρόλο στις αποφάσεις, είναι ότι κάθε αλλαγή χρηματοπιστωτικού ιδρύματος έχει ένα κόστος και επομένως είναι αρκετά

δύσκολο τόσο για τη τράπεζα να χάσει ένα πελάτη όσο και για τον πελάτη να φύγει από τη τράπεζα.

Για αρχή παρατίθεται ο ορισμός της αφοσίωσης που δόθηκε (Keyner και Jacoby, 1973,42) και αναφέρει ότι η πιστότητα είναι «μεροληπτική συμπεριφορά των ατόμων (διότι δεν είναι τυχαία) που εκφράζεται από αυτά σε εύλογο χρόνο, σύμφωνα με μια διαδικασία λήψης αποφάσεων που λαμβάνει υπόψη ένα ή περισσότερα σήματα στο σύνολό τους χωρίς όμως κατ' ανάγκη να τα επεξεργασθεί λογικά»

Η αφοσίωση των πελατών ερμηνεύεται ως μια θετική σκέψη που έχει ο πελάτης για κάτι που προσφέρεται από τη συγκεκριμένη τράπεζα και η αποφασιστική και συνεχής στήριξη του εν λόγω προϊόντος ή υπηρεσίας. Η αφοσίωση συνοδεύεται πάντοτε με τη πρόθεση της επανάληψης. Υπάρχουν δύο προσεγγίσεις που συνοδεύουν τον ορισμό της αφοσίωσης:

- Προσέγγιση βάσει προοπτικής.
- Προσέγγιση βάση συμπεριφοράς.

Η τελευταία αυτή προσέγγιση εξηγεί την πίστη των πελατών ως έκφραση της συμπεριφοράς τους επιλέγουν δηλαδή να κάνουν τις συναλλαγές τους με τη τράπεζα που τους ταιριάζει. Η πρώτη προσέγγιση βασίζεται στην παραδοχή ότι επιλέγεται πάντοτε η τράπεζα που προσφέρει τις υπηρεσίες που μας χρειάζονται (Yar et al, 2012, ⁴³)

Η αφοσίωση κτίζεται κομμάτι κομμάτι και υπάρχει μεγάλη βιβλιογραφία πάνω στο θέμα της σχέσης μεταξύ της αφοσίωσης και της ικανοποίησης από τις υπηρεσίες των τραπεζών. Αναφέρονται ενδεικτικά η μελέτη για τη σχέση μεταξύ κόστους υπηρεσιών και ικανοποίησης με την αφοσίωση για τα τραπεζικά ιδρύματα στην Ταϊπέχ (Hsin-Hung, S. 2009,⁴⁴) και η έρευνα για τον προσδιορισμό του κόστους τραπεζικών υπηρεσιών ώστε να υπάρχει ικανοποίηση και αφοσίωση (Gritti, P, and Foss, N. ,2010 ⁴⁵),

Τα περισσότερα ευρήματα από τις μελέτες αυτές καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει μια θετική συσχέτιση μεταξύ της ποιότητας των τραπεζικών υπηρεσιών και της αποδοτικότητας τους ενώ υπάρχει επίσης μια πολύ ισχυρή συσχέτιση μεταξύ της ποιότητας των υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών.

3.2 Η ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

Η συσχέτιση της ικανοποίησης των πελατών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και της εμπιστοσύνης προς τα πιστωτικά ιδρύματα αυτά έχει διερευνηθεί και αξιολογηθεί από πολλούς ερευνητές. Στις περισσότερες περιπτώσεις όμως η συσχέτιση αυτή έχει διερευνηθεί σε γενικό εννοιακό επίπεδο και όχι στις διαφορετικές διακριτές διαστάσεις της έτσι όπως αυτές περιλαμβάνονται στην έννοια της εμπιστοσύνης. Κατά συνέπεια, υπάρχει ένα σχετικό κενό που σχετίζεται με τη διαφοροποίηση των επιπτώσεων της ικανοποίησης για συγκεκριμένες διαστάσεις υπηρεσιών στην εμπιστοσύνη και κατ' επέκταση τη προσκόλληση των πελατών σε συγκεκριμένο τραπεζικό ίδρυμα.

Επιπλέον, η ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των υψηλών επιπέδων εμπιστοσύνης που απολαμβάνει ο τραπεζικός τομέας δεν έχει ακόμη περάσει πλήρως στον ηλεκτρονικό κόσμο του e-banking. Για τη μελλοντική ανάπτυξη του e-banking θα πρέπει όμως να προαχθούν δύο πλευρές που στηρίζουν το όλο οικοδόμημα της εμπιστοσύνης. Η πρώτη είναι η ασφάλεια των συναλλαγών και των στοιχείων και η άλλη πλευρά ο σεβασμός της ιδιωτικότητας, να αφαιρεθούν τα θέματα της ασφάλειας και της ιδιωτικής ζωής. Στα δύο αυτά χαρακτηριστικά χρειάζεται να στηριχθεί η στρατηγική των τραπεζών δίνοντας έμφαση ήδη στο τρόπο που τα αντιλαμβάνονται οι πελάτες καθώς επίσης χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις σχετικές πληροφορίες που παρουσιάζονται στην ιστοσελίδα της τράπεζας. Καθώς οι άνθρωποι δεν συνηθίζουν εύκολα τις αλλαγές το μίγμα των νέων μεθόδων συναλλαγών με τυχόν αρνητικά συμβάντα θα λειτουργήσει ως τροχοπέδη στην ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τα στοιχεία δείχνουν ότι κάθε φορά η έγκαιρη ανακοίνωση των ουσιαστικών πληροφοριών από τις τράπεζες έχει τη δυνατότητα να επηρεάσει τις προθέσεις για εμπιστοσύνη των πελατών.

Η ασφάλεια, η προστασία της ιδιωτικής ζωής, και η εμπιστοσύνη είναι πολύπλοκες, πολυδιάστατες έννοιες που αλλάζουν όταν οι συναλλαγές επεκταθούν από τον φυσικό κόσμο στον ηλεκτρονικό κόσμο. Η εμπιστοσύνη των πελατών στο e-banking έχει μερικά μοναδικά χαρακτηριστικά, που είναι: η απόμακρη και απρόσωπη φύση του on-line περιβάλλοντος, η εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας, και η αβεβαιότητα που δημιουργείται χρησιμοποιώντας μια ανοιχτή τεχνολογική υποδομή για τις συναλλαγές. Το on-line περιβάλλον δεν επιτρέπει στους πελάτες τα φυσικά οφέλη της επικοινωνίας πρόσωπο με πρόσωπο (Citera, Beauregard, & Mitsuya, 2005, ⁴⁸) όπως συνέβαινε στις συναλλαγές στο γκισέ. Σαν αποτέλεσμα η απόσταση και ο χρονικός διαχωρισμός αυξάνει τους φόβους που προκύπτουν από την αβεβαιότητα των συναλλαγών.

Για να περιπλέξει ακόμη περισσότερο η κατάσταση, υπάρχει ανησυχία για την αξιοπιστία της υπάρχουσας τεχνολογίας και των συναφών υποδομών, καθώς και με όσα αναφέρονται στα ΜΜΕ σχετικά με το απόρρητο, την ασφάλεια, και τις απάτες στο Διαδίκτυο. Συνολικά, όλοι αυτοί οι προβληματισμοί μειώνουν τις προθέσεις των πελατών για on-line συναλλαγές, αυξάνουν τις ανησυχίες τους σχετικά με την υιοθέτηση του e-banking, και προσφέρουν μοναδικές προκλήσεις για τις τράπεζες να βρουν τρόπους για να ξεκινήσουν και να προωθήσουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές με τους πελάτες τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Η ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

4.1 Η ΣΧΕΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Η ικανοποίηση των πελατών είναι ένα μέτρο του πόσο τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που τους προσφέρθηκαν πληρούν ή ξεπέρασαν τις προσδοκίες τους. Σε μια ανταγωνιστική αγορά, όπως ο τραπεζικός κλάδος, οι διάφορες στρατηγικές που στοχεύουν στη διατήρηση των πελατών, έχουν ως κεντρικό άξονα τους τη προσφορά υπηρεσιών που υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελατών. Οι Saha και Zhao (2005)⁵² βλέπουν την ικανοποίηση των πελατών ως μια συλλογή των αποτελεσμάτων της αντίληψης, της αξιολόγησης και των ψυχολογικών αντιδράσεων μετά την εμπειρία της χρήσης μιας τραπεζικής υπηρεσίας. Με άλλα λόγια, είναι αποτέλεσμα μιας γνωστικής και συναισθηματικής αξιολόγησης όπου κάποια τυπική κατανάλωση σε σχέση με την πραγματικότητα αντιληπτή απόδοση. Έτσι, αν η απόδοση, όπως κάποιος την αντιλαμβάνεται, είναι μικρότερη από την αναμενόμενη, ο πελάτης θα είναι δυσαρεστημένος, και όπου η αντιλαμβανόμενη απόδοση ξεπερνά τις προσδοκίες, οι πελάτες θα είναι ικανοποιημένοι και αυτό θα οδηγήσει από μέρους τους σε θετικές συμπεριφορές ή αποτελέσματα. Ένας ικανοποιημένος πελάτης τείνει να είναι πιστός, δεν απασχολεί συχνά τη τράπεζα, είναι λιγότερο ευαίσθητος στις τιμές και δίνει λιγότερη προσοχή στους ανταγωνιστές και τη διαφήμιση. Οι ικανοποιημένοι πελάτες όχι μόνο θα συνεχίσουν την υποστήριξή τους, αλλά θα αναφέρονται στη τράπεζα με θετικές προοπτικές για την επιχείρηση και αυτή η συνεχής υποστήριξη είναι πιθανό να μειώσει την μεταβλητότητα στη διατήρηση του πελατολογίου της. Ως εκ τούτου, η κατανόηση του επιπέδου ικανοποίησης των πελατών είναι σημαντική για την τράπεζα, επειδή η ικανοποίηση των καταναλωτών μέσα στα συγκεκριμένα πλαίσια μεταφράζεται σε πεποιθήσεις και σκέψεις σχετικά με τις επιλογές που κάνουν για τη τραπεζική αγορά.

Η ικανοποίηση συνδέεται επίσης με τα συναισθήματα που συνοδεύουν τα αποτελέσματα και τις εκδηλώσεις μετά από μια τραπεζική διαδικασία. Οι Price,, Arnould και Zinkhan (2002) ⁵¹ ορίζουν την ικανοποίηση ως το συναίσθημα εκείνο που μεταφράζει την αίσθηση που υπάρχει για το επίπεδο ευχαρίστησης που δημιουργήθηκε (εκπλήρωση, υπερκάλυψη, μερική εκτέλεση). Με βάση αυτό τον ορισμό διακρίνουμε

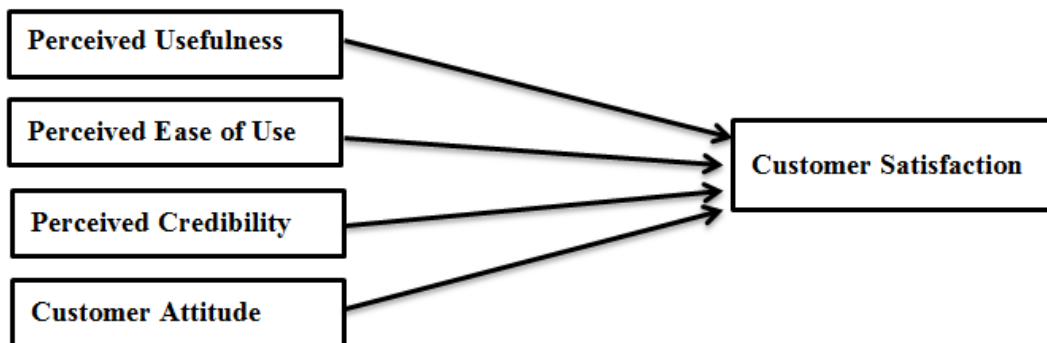
- Την ικανοποίηση που αισθάνεται ο πελάτης από την εκτέλεση ενός κομματιού ή ολόκληρης της υπηρεσίας που είχε ως στόχο του.
- Την ικανοποίηση που αισθάνεται από την εκπλήρωση ενός γεγονότος. Στη περίπτωση αυτή οι καταναλωτές μπορεί να είναι ικανοποιημένοι με την αφαίρεση μιας αρνητικής κατάστασης ή μπορεί να αισθάνονται ικανοποίηση όταν ένα προϊόν ή μια υπηρεσία τους δίνει μεγαλύτερη ευχαρίστηση από αυτή που ανέμεναν σε μια δεδομένη κατάσταση, ακόμη κι αν αυτή δεν τους γεμίζει εντελώς.

Πολυάριθμες μελέτες υποστηρίζουν την ιδέα ότι υπάρχει μια σύνδεση μεταξύ των online τραπεζικών υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών (⁵²) έχουν μάλιστα δημοσιευθεί και ποσοτικά δεδομένα που δικαιολογούν αυτή τη συσχέτιση και αναδεικνύουν μια άμεση σχέση μεταξύ του internet banking και της ικανοποίησης των καταναλωτών. Οι περιορισμοί που υπάρχουν και σχετίζονται με την τοποθεσία που βρίσκεται ο πελάτης, το κόστος λόγω της ανάγκης να διατηρηθεί η ικανοποίηση του πελάτη και τις δυνατότητες που έχουν οι τράπεζες για την υποστήριξη του συστήματος επηρεάζουν το άνοιγμα προς το e-banking επηρεάζοντας ανάλογα και το επίπεδο της ικανοποίησης από τις συναλλαγές που γίνονται. Όταν οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι από το αποτέλεσμα δεσμεύονται να συνεχίσουν την υποστήριξή τους, με τον τρόπο αυτό αυξάνεται η σχέση που οδηγεί σε συνεχή αφοσίωση στο συγκεκριμένο τραπεζικό ίδρυμα. Οι Zeithaml κ.ά. (1996) ⁵³ παρατήρησαν ότι η πίστη, η δέσμευση αλλά και η συγκράτηση τους είναι κρίσιμοι δείκτες που επηρεάζονται από το επίπεδο ικανοποίησης των πελατών. Να επισημάνουμε ότι η συναισθηματική δέσμευση είναι απόρροια και της συχνότητας χρήσης της ιστοσελίδας της τράπεζας, δηλαδή τα υψηλότερα επίπεδα χρήσης της ιστοσελίδας επειδή είναι εύχρηστη μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερα επίπεδα των καταναλωτών την συναισθηματική δέσμευση των καταναλωτών. Οι Casalo et-al (2008) ⁵⁴ σε μελέτες τους, διαπίστωσαν ότι η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είχε σημαντική επίδραση στην νομιμοφροσύνη των καταναλωτών μεταξύ όσων έκαναν χρήση του e-banking ενώ είχε παραδόξως αρνητικές επιπτώσεις στους μη χρήστες. Κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι βολικές, άνετες και γρήγορες τραπεζικές υπηρεσίες που συνδέονται με τη διαδικασία παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών στους ανθρώπους και βασίζονται στην τεχνολογία αποθαρρύνουν τους

κλασσικούς πελάτες να ενταχθούν στο νέο τρόπο ηλεκτρονικών συναλλαγών, γιατί θεωρούν χωρίς λόγο τους εαυτούς τους ότι βρίσκονται στο περιθώριο. Έχει επίσης διαπιστωθεί ότι το internet banking συνδέεται θετικά με την ικανοποίηση των πελατών και τη διατήρησή τους (Power, J. D. and al, 2009,⁴⁹). Η διατήρηση των πελατών ορίζεται ως ο βαθμός στον οποίο ο πελάτης δείχνει ανοχή και αποδέχεται χωρίς να αντιδράσει, πολιτικές προσφοράς υπηρεσιών και τιμών ενώ ταυτόχρονα διατηρεί και συναισθήματα αποδοχής και κοινής αντίληψης.

4.2 Η ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η παρούσα εργασία επιχειρεί να διερευνήσει την επίδραση του e-banking στο βαθμό της ικανοποίησης των πελατών στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Βασισμένοι σε προηγούμενες δημοσιεύσεις επιλέξαμε το θεωρητικό μοντέλο που παρίσταται στο ακόλουθο σχήμα



Εννοιολογικά το μοντέλο αυτό εκφράζει την άποψη ότι η ικανοποίηση των πελατών από τις υπηρεσίες e-banking είναι συνάρτηση της αντίληψης για τη χρησιμότητα τους, της ευκολίας των συναλλαγών που γίνονται, της αίσθησης ασφαλείας που δημιουργείται και της προσωπικότητας του πελάτη. Τα αποτελέσματα θα δείξουν τη σημαντικότητα που έχουν οι παράγοντες αυτοί στο προσδιορισμό της ικανοποίησης των πελατών από τις εξωτραπεζικές συναλλαγές.

Η ικανοποίηση του πελάτη ορίζεται ως μια υποκειμενική κρίση που χαρακτηρίζει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία και δηλώνει το επίπεδο ευχαρίστησης που δημιουργείται με την κατανάλωση του προϊόντος ή την ολοκλήρωση των υπηρεσιών καθώς και το επίπεδο εκπλήρωσης των προσδοκιών που είχε ο καταναλωτής ⁽¹²⁾. Επιπλέον, η ικανοποίηση του πελάτη θεωρείται ως ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες ανταγωνισμού και είναι ένας καλός δείκτης της κερδοφορίας της εταιρείας. Επίσης, η μελέτη της ικανοποίησης του πελάτη θα οδηγήσει την εταιρεία να βελτιώσει τη φήμη και την εικόνα της, να μειώσει τις διαρροές πελατών της, και να αυξήσει την προσοχή της στις πραγματικές ανάγκες των πελατών.⁽⁷⁾

Η ποιότητα των υπηρεσιών έχει αναγνωρισθεί ως βασικός παράγοντας για τη διατήρηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και επίσης τη διατήρηση συχνών επαφών με τους πελάτες και είναι εκείνη που οδηγεί στη συνολική ικανοποίηση του πελάτη ⁽³⁾

4.3 ΟΙ ΕΞΩΤΡΑΠΕΖΙΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Η ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών είναι ένας από τους παράγοντες που εξετάζονται ιδιαίτερα από τα τραπεζικά ιδρύματα ώστε να συμβάλλουν θετικά στους στόχους που αυτά έχουν. Το ίδιο, και ίσως σε μεγαλύτερο βαθμό που στη συνέχεια θα εξηγήσουμε γιατί, συμβαίνει και με τις εξωτραπεζικές υπηρεσίες των τραπεζών. Η ποιότητα των εξωτραπεζικών συναλλαγών μπορεί να περιγραφεί σε πολυδιάστατη και πολυεπίπεδη βάση.

Μπορεί να είναι για παράδειγμα μια προσεγγμένη ιστοσελίδα της τράπεζας που αφορά τις δυνατότητες του Internet Banking όπως μπορεί να είναι και μια μεγάλη διασπορά σημείων εξωτραπεζικών συναλλαγών (ΑΤΜς).

Οι εξωτραπεζικές συναλλαγές αναπτύχθηκαν για δύο κυρίως λόγους. Ο πρώτος λόγος ήταν η στρατηγική των τραπεζών για μείωση του κόστους λειτουργίας τους. Περισσότερες συναλλαγές έξω από τα γκισέ σημαίνει λιγότεροι εργαζόμενοι στις τράπεζες και επομένως μείωση του εργατικού κόστους. Ο δεύτερος λόγος ήταν ότι με τη μείωση του προσωπικού στις τράπεζες απομακρύνθηκαν κυρίως όσοι είχαν πολλά χρόνια υπηρεσίας και μεγάλη εμπειρία συναλλαγών, οπότε οι νεώτεροι δεν είχαν την εμπειρία να τους αντικαταστήσουν αποτελεσματικά με αποτέλεσμα να δημιουργούνται παράπονα και μεγάλες ουρές πελατών στα υποκαταστήματα κάτι που οδηγούσε τους πελάτες σε χάσιμο πολύτιμου χρόνου.

4.4 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ

Η αξιοπιστία των συναλλαγών

Η αξιοπιστία στις συναλλαγές ορίζεται ως η χωρίς προβλήματα εκτέλεση όλων των επιμέρους βημάτων μέχρι την ολοκλήρωση τους. Πιο συγκεκριμένα, αφορά την παροχή των υπηρεσιών που επαγγέλονταν, την ακριβή θεώρηση των στοιχείων της συναλλαγής, τη σωστή τήρηση των αρχείων, την ακρίβεια όλων των ενδιάμεσων πράξεων και την εκτέλεση της υπηρεσίας στο καθορισμένο χρονικό διάστημα. Για τους περισσότερους η αξιοπιστία των εξωτραπεζικών συναλλαγών θεωρείται ως ο πιο σημαντικός παράγοντας για τη ποιότητα τους.

Η αποτελεσματικότητα των συναλλαγών

Ως αποτελεσματικότητα της συναλλαγής ορίζεται η ικανότητα των πελατών μετά από επαφή με τη τράπεζα (ιστοσελίδα, τηλεφωνική γραμμή) να ανακαλύψουν τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα

που επιθυμούν με μικρή προσπάθεια. Κάθε φορά αξιολογούνται πολλοί παράγοντες όπως οι ενημερωμένες πληροφορίες, ο χρόνος απόκρισης, ο χρόνος λήψης, το πόσο πλήρεις είναι οι πληροφορίες για το προϊόν, και η βοήθεια που παρέχεται αν ο πελάτης τη χρειασθεί.

Η υποστήριξη των πελατών

Η υποστήριξη των πελατών είναι μια βασική μεταβλητή που αφορά και τη προ συναλλαγής περίοδο αλλά και τη περίοδο μετά τη συναλλαγή. και πριν από τη στήριξη πώληση και μετα-στηρίγματα πωλούν. Πριν να πάρει την απόφαση για μια συναλλαγή ο πελάτης, η τράπεζα θα πρέπει να του δώσει ενημέρωση και όποιες άλλες πληροφορίες χρειάζεται διαμορφώνοντας ένα πλαίσιο οικειότητας ικανό να διαπεράσει το πάγωμα από το απρόσωπο του μηχανήματος, του υπολογιστή ή του τηλεφώνου. Είναι δεδομένο κάθε είδους πελατειακή σχέση πρέπει να περιβάλλεται από μια φιλική αύρα (εμπάθεια). Μετά το πέρας των συναλλαγών οι τράπεζες χρειάζεται να επιλύουν τα θέματα που δημιουργούνται και να απαντούν σε ερωτήσεις των πελατών.

Ειδικότερα στις τραπεζικές συναλλαγές μέσω Διαδικτύου είναι καθοριστικό η υποστήριξη να είναι ολοκληρωμένη καθώς δεν έχουν όλοι ικανοποιητικές γνώσεις πληροφορικής για να ολοκληρώνουν τις συναλλαγές τους. Σε όσους προβληματισμούς δημιουργούνται με τη συναλλαγή θα πρέπει να δίνεται η σωστή απάντηση και ερμηνεία για να μην δημιουργηθεί απογοήτευση και ερωτηματικά ικανά να θρυμματίσουν τη σχέση που έχει δημιουργηθεί.

Η ασφάλεια στις συναλλαγές.

Η ασφάλεια στις συναλλαγές ορίζεται ως η έλλειψη ή η αποφυγή φυσικών κινδύνων, η αποφυγή λαθών κατά τη συναλλαγή (οικονομική ασφάλεια) αλλά και η έλλειψη αμφιβολιών για τη ποιότητα και την εμπιστευτικότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται.

Σε αντίθεση με τις συναλλαγές σε γκισέ όπου ο συναλλασσόμενος επιλέγει τον εκπρόσωπο της τράπεζας, στις εξωτραπεζικές συναλλαγές δεν υπάρχει φυσική παρουσία επιλεγμένη από τον πελάτη με ότι συναισθήματα αυτό συνεπάγεται.

Η ευκολία της χρήσης

Η ευκολία στη χρήση είναι ένας παράγοντας ο οποίος μπορεί να επηρεάσει θετικά ή αρνητικά τη διενέργεια συναλλαγών στα ΑΤΜς, την υιοθέτηση του Internet Banking, και τις τηλεφωνικές συναλλαγές. Συνεπώς η ευκολία αυτή δεν είναι κάτι το συγκεκριμένο αλλά μπορεί να σχετίζεται με μια εύκολη στην απομνημόνευση διεύθυνση URL, μια καλά οργανωμένη περιήγηση στην ιστοσελίδα της τράπεζας, μια βήμα-βήμα κατανοητή τηλεφωνική αναζήτηση,

ένα συνοπτικό και κατανοητό στο περιεχόμενο, τους όρους και τις προϋποθέσεις μενού συναλλαγών αλλά επίσης και στις φυσικές δυσκολίες πρόσβασης που μπορεί να υπάρχουν (η ιστοσελίδα να “κρυστάλλει”, η πρόσβαση στο ΑΤΜ να είναι δυσχερής ειδικά για άτομα με προβλήματα, το τηλέφωνο να είναι συνεχώς κατειλημμένο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

Η ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όπως αναφέρθηκε η ικανοποίηση των πελατών χρηστών του e-banking θεωρείται από τις τράπεζες μια πολύ σημαντική παράμετρος της τραπεζικής εξυπηρέτησης. Η έρευνα σχεδιάστηκε για τον εντοπισμό και τη ποσοτική αξιολόγηση των παραγόντων που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών των τραπεζικών ιδρυμάτων.

Ο Wungwanitethakom (2002, ⁵) επισήμανε ότι, αν οι τράπεζες θέλουν να καρπωθούν τα οφέλη από την ικανοποίηση των πελατών με τις υπάρχουσες υπηρεσίες e-banking, τότε θα πρέπει να προσδιορίσουν πως οι υπηρεσίες αυτές γίνονται αντιληπτές από τους πιθανολογούμενους πελάτες τους, ποια είναι τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών που ήδη τις χρησιμοποιούν, να καθορίσουν εάν υπάρχει ζήτηση για τέτοιου είδους υπηρεσίες, καθώς και τους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση αυτή.

Τα αποτελέσματα της έρευνας μπορούν να βοηθήσουν να δοθούν απαντήσεις σε τρία κρίσιμα ερωτήματα που μπαίνουν

- Ποιά είναι τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά εκείνων που ήδη χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής
- Ποιοί είναι οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών από τη ποιότητα των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής και
- Με ποιούς τρόπους μπορεί να μεγιστοποιηθεί η ικανοποίηση των πελατών από τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Στη πραγματικότητα υπάρχει ενδιαφέρον να συνδεθούν τα συμπεράσματα που θα προκύψουν με ανάλογα συμπεράσματα σε έρευνα που διεξήχθη στο παρελθόν. Η βασική διαφορά μεταξύ των δύο είναι ότι σήμερα όλοι είναι επηρεασμένοι από τη κρίση.

5.2 Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κάθε μορφή έρευνας έχει τα δικά της πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, λόγω της μεθόδου προσέγγισης που γίνεται για να συλλεχθούν και αναλυθούν τα δεδομένα που είναι κατά κύριο λόγο εμπειρικά. Σύμφωνα με τους ερευνητές η κατάλληλη μέθοδος έρευνας πρέπει να επιλέγεται βασισμένη σε τρεις άξονες : το είδος των ερωτήσεων, τον βαθμό κάλυψης όλων των γεγονότων και καταστάσεων, και το βαθμό αντιπροσωπευτικότητας των στοιχείων που συλλέχθηκαν (Yin R., 2009 ⁸). Η έρευνα που επιλέχθηκε επιδιώκει μια ποσοτική προσέγγιση για την επίτευξη του σκοπού της.

Η ποσοτική προσέγγιση της έρευνας βασίζεται στην ανάπτυξη κάποιων ελέγξιμων υποθέσεων και μιας θεωρίας που να μπορεί να γενικευτεί σε όλες τις κατευθύνσεις της. Εν γένει, οι ποσοτικές έρευνες τείνουν να μετράνε το "πόσο συχνά» ή «πόσο». Η προσέγγιση αυτή επιτρέπει τη γενίκευση των συμπερασμάτων και την ευελιξία στην επεξεργασία των δεδομένων, όσον αφορά τη συγκριτική ανάλυση, τη στατιστική επεξεργασία και τη δυνατότητα επανασυλλογής δεδομένων, προκειμένου να εξακριβωθεί η αξιοπιστία τους ή η αύξηση του μεγέθους του δείγματος (Amaratunga et al., 2002, ¹⁴).

Στη συγκεκριμένη περίπτωση στόχος είναι να μετρηθεί το "πόσο" είναι ικανοποιημένοι με τη ποιότητα που προσφέρουν οι παρεχόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες οι πελάτες των online τραπεζικών υπηρεσιών. Επιπλέον, χρειάζεται η μέθοδος που θα επιλεγεί να ταιριάζει ώστε να ακολουθήσει μια στατιστική ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώθηκαν. Βάσει των συμπερασμάτων της ανάλυσης θα αναπτυχθεί ένα μοντέλο για τη μέτρηση της ποιότητας των διαδικτυακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Για να συλλεχθούν τα ποσοτικά στοιχεία έχει χρησιμοποιηθεί η μέθοδος της έρευνας με ερωτηματολόγιο και τα τελικά δεδομένα θα αναλυθούν με τη χρήση κατάλληλων στατιστικών τεχνικών. Βάσει των αποτελεσμάτων της στατιστικής ανάλυσης θα επιδιωχθεί η ανάδειξη ενός μαθηματικού μοντέλου για τη μέτρηση της ποιότητας των διαδικτυακών τραπεζικών υπηρεσιών. Ο συνδυασμός της ποσοτικής μεθόδου με τη μέθοδο της έρευνας με ερωτηματολόγια θεωρήθηκε ο πιο κατάλληλος με την προϋπόθεση ότι θα υπάρχει επαρκής αριθμός δεδομένων (ερωτηματολογίων).

Ιδεατά η έρευνα θα έπρεπε να είχε ως στόχο, όλους τους χρήστες υπηρεσιών e-banking επομένως θα έπρεπε γνωρίζοντας τα χαρακτηριστικά του δείγματος αυτού να καθορίσουμε και τα χαρακτηριστικά του δείγματος ευκολίας που θα εστιάσουμε την έρευνα. Αυτό όμως δεν είναι εφικτό και για το λόγο αυτό Σύμφωνα με τη θεώρηση αυτή θα έπρεπε να εστιάζεται ανάλογα και ο χώρος που θα σταλεί το δείγμα. Παρ' όλα αυτά επιλέχθηκε η τεχνική επιλογής του δείγματος μέσα από το σύνολο των χρηστών των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει η ίδια πιθανότητα να απαντήσει στο ερωτηματολόγιο που θα του σταλεί κάθε χρήστης.

Διαπιστώθηκε ότι υπάρχουν 7 εντελώς αρνητικές απαντήσεις από ανθρώπους που ΔΕΝ χρησιμοποιούν τις συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής λόγω της απόρριψης που έχουν για αυτήν τη πρακτική. Μετά από αρκετή σκέψη αποφασίσθηκε να κρατηθούν οι απαντήσεις αυτές και να συνυπολογισθούν στα αποτελέσματα. Δεν είμαστε σίγουροι ότι ήταν η σωστή απόφαση.

5.2.2 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Μας απασχόλησε ο αριθμός των στοιχείων του δείγματος (τελικές απαντήσεις σε ερωτηματολόγια) που θα είχαμε στη διάθεση μας. Ως γνωστόν, ο αριθμός αυτός θα πρέπει να είναι ανάλογος με τη σημαντικότητα που θέλουμε να έχει η διαχείριση των απαντήσεων μας. (Macorr, 2010, ²⁷). Καθώς δε ξέρουμε τον αριθμό των απαντήσεων και βασισμένοι σε παλαιότερα στοιχεία που ανεβάζουν τις απαντήσεις σε ένα ποσοστό 30% των ερωτηθέντων έπρεπε να δημιουργηθεί και να αποσταλεί ένας αριθμός 600 ερωτηματολογίων ώστε να αναμένουμε ένα δείγμα 200 απαντήσεων. Μέσα από το Facebook στάλθηκαν τόσα ερωτηματολόγια που δεν μπορούν να μετρηθούν. Δε ξέρουμε επομένως ποιο είναι το ποσοστό των απαντήσεων ως προς τα σταλθέντα.

Αποφασίσθηκε να ετοιμασθεί ένα ερωτηματολόγιο και να σταλεί μέσα από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Εκ των υστέρων, όπως θα εξηγήσουμε στη συνέχεια φάνηκε ότι δεν ήταν η καλύτερη επιλογή.

Η εναλλακτική που υπήρχε ήταν να ακολουθηθεί η "αρχή του κορεσμού". Να ξεκινήσουμε δηλαδή από τη κοινοποίηση μικρού αριθμού ερωτηματολογίων, σε μικρότερη αρχικά περίμετρο, να αναμείνουμε την αποστολή των απαντήσεων και εφόσον από τις απαντήσεις προκύπτουν νέα στοιχεία να προχωρήσουμε ανοίγοντας τη περίμετρο μία ή περισσότερες φορές. Σταματάμε μόνο όταν αρχίζουν και επανέρχονται οι ίδιες και οι ίδιες απαντήσεις. (Lisa M. Given, 2008, ²⁸)

Το ερωτηματολόγιο αναπτύχθηκε με βάση την ανασκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας και κάποιες προκαταρκτικές συζητήσεις και έρευνες σε τράπεζες. Έχει χρησιμοποιηθεί και στο

παρελθόν και είναι ένας από τους λόγους που ξαναχρησιμοποιείται. Δημιουργήθηκε από το ΤΕΙ Κρήτης και είναι κατανεμημένο σε πέντε ενότητες που είναι : τα δημογραφικά στοιχεία, τα στοιχεία με τις ιδιαίτερες ιδιότητες του δείγματος, οι προσδοκίες που υπάρχουν για τις υπηρεσίες και η πραγματική ποιότητα των υπηρεσιών αυτών στην Ελλάδα. Η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων έγινε σύμφωνα με τη λογική της “κοντινής συγγένειας” μεταξύ του κάθε αντικειμένου (ερώτησης) και της επιμέρους διάστασης. Η τελευταία ερώτηση αφορούσε τη συνολική ικανοποίηση από τη ποιότητα των υπηρεσιών του e-banking.

Τα αποτελέσματα θα συμπληρωθούν επίσης από ανάλογα ευρήματα μέσα από τη βιβλιογραφία και τις αναφορές στα διάφορα μέσα επικοινωνίας.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από δεκαοκτώ ερωτήσεις για να καλύψει τέτοιες μεταβλητές. Ένα σύστημα αξιολόγησης βασισμένο στη κλίμακα Likert επτά σημείων που κυμαίνεται από το “Διαφωνώ απόλυτα” μέχρι το “Συμφωνώ απόλυτα” χρησιμοποιήθηκε για να μετρηθεί το επίπεδο αποδοχής και συμφωνίας για κάθε ερώτημα.

5.2.3 Η ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε διαφορετικές ημέρες με την αποστολή των ερωτηματολογίων ηλεκτρονικά. Ήδη, έμμεσα το αποτέλεσμα θα είναι “πειραγμένο” για τρεις κυρίως λόγους

- εφόσον κάποιος που θα δεχθεί το μήνυμα θα έχει ηλεκτρονικό υπολογιστή, θα βρίσκεται ήδη πιο κοντά στο πνεύμα του e-banking,
- η αποστολή μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης δε διασφαλίζει τη κατανομή των απαντήσεων σύμφωνα με την αντιπροσωπευτική κατανομή των δημογραφικών χαρακτηριστικών, αντίθετα πριμοδοτεί κάποια χαρακτηριστικά σε βάρος άλλων. Το πιο χαρακτηριστικό είναι η υπερβολική συμμετοχή των νέων ηλικιακά ομάδων που είναι κυρίως οι χρήστες των κοινωνικών μέσων δικτύωσης.
- δεν μπορεί να γίνει αξιολόγηση του ποσοστού των μη απαντήσεων ούτε από ποιες ομάδες προέρχονται.

Η έρευνα πρέπει να έχει συγκεκριμένη χρονική διάρκεια έτσι ώστε να μην επηρεάζεται από τυχόν παρεμβολές στις απαντήσεις από σημαντικά εξωτερικά γεγονότα. Αποφασίσθηκε λοιπόν να μπει ένα όριο τριών (3) μηνών για τη συλλογή των απαντήσεων.

Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο της έρευνας αναλύθηκαν χρησιμοποιώντας μεθόδους της περιγραφικής Στατιστικής, μέσα από το λογισμικό εφαρμοσμένης στατιστικής SPSS 20. Συγκεκριμένα

1. αναδείχθηκαν τα βασικά στατιστικά στοιχεία (συχνότητα, μέση τιμή, διασπορά, διακύμανση) με χρήση των ορισμών που υπάρχουν στα Descriptive Statistics
2. ελέγχθηκε η εσωτερική συνοχή ομάδων αποτελεσμάτων με τη χρήση του συντελεστή Cronbach alpha. Η εφαρμογή του κριτηρίου αυτού καθορίζει εάν τα στοιχεία που αφορούν κάθε διάσταση έχουν εσωτερική συνοχή και κατά πόσον μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να μετρήσουν το ίδιο αντικείμενο. Με άλλα λόγια αν τα υποκείμενα των απαντήσεων απαντάνε με νόημα ή με τυχαίο τρόπο.
3. συγκρίθηκε η ομοιογένεια της διασποράς σε κάθε ομάδα με την αντίστοιχη στις άλλες χρησιμοποιώντας το Levene's test.
4. συγκρίθηκε, μέσω της αξιολόγησης της σημαντικότητας τους (t-test) η συμμετοχή των δημογραφικών χαρακτηριστικών σε σχέση με τους επιμέρους παράγοντες που συμμετέχουν στη διαμόρφωση της ικανοποίησης των χρηστών του e-banking
5. εξετάστηκε με την μέθοδο ANOVA η σημαντικότητα κάποιων επιμέρους χαρακτηριστικών των βασικών παραγόντων ικανοποίησης. Τα χαρακτηριστικά αυτά εξετάστηκαν βάσει των τιμών της διαφοράς μεταξύ "αναμενόμενης κατάστασης" μείον "κατάσταση στην Ελλάδα"
6. δημιουργήθηκαν επιμέρους ομάδες χαρακτηριστικών για κάθε μια από τις εξωτραπεζικές συναλλαγές. Οι ομάδες αυτές αφού ελέγχθηκαν στατιστικά συμπύχθηκαν, όπου ήταν σκόπιμο και αποτέλεσαν ανεξάρτητες μεταβλητές (ATM, E-Banking1, E-Banking2)
7. Συγκρίθηκε η ολική ικανοποίηση που έχει δημιουργηθεί ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και
8. Με τη πολλαπλή παλινδρόμηση έγινε προσπάθεια να ποσοτικοποιηθεί (ως τάση) η επίδραση κάθε είδους συναλλαγής στη συνολική ικανοποίηση.

Η επεξεργασία των ευρημάτων βοήθησε στη δημιουργία γενικών μεταβλητών που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών από τις εξωτραπεζικές υπηρεσίες των τραπεζών (ATM, e-banking). Η ικανοποίηση αυτή εξαρτάται από το είδος της τραπεζικής συναλλαγής που πραγματοποιήθηκε (ATM, Internet, mobile).

Χρειάζεται να επισημάνουμε ότι από την ανάγνωση των απαντήσεων φαίνεται ότι πιο εύκολο ήταν για τους συμμετέχοντες στην έρευνα να βάλουν στην απάντηση τους τη μέγιστη ή την ελάχιστη τιμή ανάλογα με το τι τους εξέφραζε καλύτερα παρά να δώσουν μια διαβάθμιση της αντίληψης που έχουν, Είναι πιστεύουμε επακόλουθο της απρόσωπης έρευνας και δε ξέρουμε αν είναι γενικό και πώς αυτό αντιμετωπίζεται.

5.3 Η ΑΚΡΙΒΕΙΑ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

Όπως σε όλους τους στατιστικούς ελέγχους και αναλύσεις αποτελεσμάτων κανείς δε μπορεί να παρουσιάσει τα όποια αποτελέσματα ως 100% σωστά. Για το λόγο αυτό οι ερευνητές μιλάνε συνήθως για προβλέψεις που γίνονται με ένα βαθμό πιθανότητας (πάντοτε > 90%) να είναι σωστές. Ανάλογα δε με το είδος ελέγχου που επιχειρείται, και τη κατανομή των αποτελεσμάτων που υπάρχει πολλές φορές μιλάμε για πρόβλεψη της τάσης που υπάρχει και όχι για αποτέλεσμα. Αυτή είναι η περίπτωση του ελέγχου με τη χρήση του t-test σε ερώτηση βασισμένη στη κλίμακα Likert. Μια ερώτηση βασισμένη στη κλίμακα Likert ερώτηση, με μόνο 5 ή 7 πιθανές απαντήσεις, δεν είναι δυνατόν να έχει μια κανονική κατανομή πιθανότητας. Αυτό συμβαίνει επειδή οι απαντήσεις είναι διακριτές και όχι συνεχής (προφανώς κάποιος δεν μπορεί να απαντήσει 1.3 ή 2.55). Έτσι, πρέπει κάποιος τουλάχιστον **να βεβαιωθεί ότι η κατανομή είναι σε σχήμα τύπου “εξόγκωμα” πριν προχωρήσει στην ανάλυση με τον έλεγχο του t-test.**

Στην επεξεργασία των αποτελεσμάτων μας προηγήθηκε η ανάλυση της κατανομής των συχνοτήτων και ακολουθεί πάντοτε ο επιμέρους έλεγχος. Από τον τρόπο που έγινε η αποστολή του ερωτηματολογίου αναμέναμε ότι τα αποτελέσματα δεν θα ήταν τόσο “ορθόδοξα” με τις απαιτήσεις της στατιστικής έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

6.1 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ

Ελήφθησαν 178 πλήρεις απαντήσεις. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω των κοινωνικών μέσων δικτύωσης οπότε δεν είναι εύκολο να εκτιμηθεί ο αριθμός εκείνων που το έλαβαν ούτε να εκτιμηθεί ο βαθμός απόκρισης που είχε. Είναι επίσης πολύ δύσκολο να εκτιμηθούν και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του δείγματος (φύλλο, ηλικία, εισόδημα, τόπος) καθώς και η εν γένει αντιπροσωπευτικότητα του.

Εκ των αποτελεσμάτων φάνηκε ότι **ο τρόπος αυτός διανομής του ερωτηματολογίου δημιουργεί στρεβλώσεις στα αποτελέσματα που συλλέγονται.**

Από εκείνους που απάντησαν (178 απαντήσεις) 90 ήταν άνδρες (το 51,2 %) και 86 γυναίκες (το 48,8%). Σύμφωνα με την αναλογία στον πληθυσμό θα έπρεπε τα μεγέθη να είναι αντίστροφα αλλά από την φύση του αντικειμένου που συνεπάγεται σχέση με τράπεζες η αναλογία θα μπορούσε να ήταν ακόμα πιο μεγάλη υπέρ των ανδρών.

Επομένως **το δείγμα θεωρείται ικανοποιητικό ως προς την αντιπροσωπευτικότητα του φύλλου των προσώπων που συμμετέχουν στο δείγμα.**

Η ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων έχει ως εξής

97 απαντήσεις (ποσοστό 55,1 %) από άτομα ηλικίας μέχρι 25 ετών.

34 απαντήσεις (ποσοστό 19,3 %) από άτομα ηλικίας από 25 μέχρι 35 ετών.

28 απαντήσεις (ποσοστό 15,9 %) από άτομα ηλικίας από 35 μέχρι 45 ετών.

8 απαντήσεις (ποσοστό 4,5 %) από άτομα ηλικίας από 45 μέχρι 55 ετών.

9 απαντήσεις (ποσοστό 5,1%) από άτομα ηλικίας από 55 ετών και άνω.

Ως προς την ηλικία το δείγμα σαφώς ξεφεύγει από τα όρια αποδοχής της αντιπροσωπευτικότητας και εκφράζει υπερβολικά τις ηλικίες μέχρι 25 ετών. Είναι κάτι που η έρευνα έπρεπε να το περιμένει από τη φύση της αποστολής των ερωτηματολογίων μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στα οποία είναι οι νέοι που έχουν πιο συχνή πρόσβαση. Ένας άλλος

λόγος είναι όμως ότι είναι κυρίως οι νέοι, οι μέχρι την ηλικία των 35 ετών, που προσφεύγουν πιο εύκολα στις υπηρεσίες του e-banking.

Στην έρευνα απάντησαν 178 άτομα εκ των οποίων άγαμα ήταν τα 143, με οικογένεια τα 29 και τα 6 ήταν σε άλλη κατάσταση (χηρεία, διάζευξη, κ.α.). Είναι προφανής η συσχέτιση μεταξύ της ηλικίας εκείνων που απάντησαν και της οικογενειακής κατάστασης και επομένως πρόκειται για μια πλεονάζουσα (redundant) μεταβλητή για τις ανάγκες της έρευνας. Πράγματι,

Αν υπολογίσουμε το συντελεστή συσχέτισης στις δύο ομάδες, «ηλικία μέχρι 25» και «οικογενειακή κατάσταση» βρίσκουμε ένα συντελεστή συσχέτισης 0,8384. Αν όμως κάνουμε τη συσχέτιση με «ηλικία μέχρι 35» βρίσκουμε ένα συντελεστή συσχέτισης 0,9417. Ο συντελεστής αυτός είναι πολύ υψηλός έτσι ώστε **μπορούμε να θεωρήσουμε τα δύο σετ δεδομένων «ηλικία» και «οικογενειακή κατάσταση» ως άμεσα συσχετιζόμενα.**

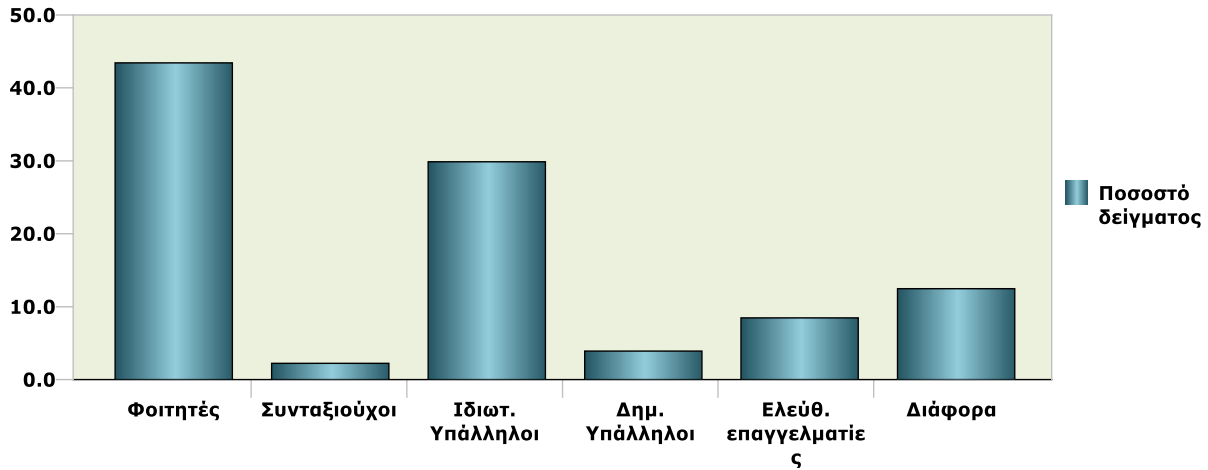
Όσον αφορά το θέμα του «μορφωτικού επιπέδου» το δείγμα πάλι παρουσιάζει στρέβλωση (biased) εφόσον είναι “φορτωμένο” με άτομα που έχουν τριτοβάθμια εκπαίδευση (72,5%) ή διδακτορικό (11,8%). Αυτά φθάνουν το 84,3% των απαντήσεων μακριά και από την ιδέα ότι υπάρχει αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος ως προς τη μόρφωση.

Παρουσιάζει ενδιαφέρον η αναζήτηση κάποιου είδους σχέσης μεταξύ της ομάδας «ηλικία» με την ομάδα «μόρφωση». Περιμένουμε να υπακούει στη λογική του ότι «όσο πιο νέος είναι κάποιος τόσο πιο πιθανό είναι να έχει πιο υψηλό μορφωτικό επίπεδο.

Η επεξεργασία των απαντήσεων στο SPSS δίνει ένα συντελεστή Pearson 0,0129 με ένα δείκτη σημαντικότητας,000 αν προσπαθήσουμε να συσχετίσουμε την «ηλικία» με το «επίπεδο μόρφωσης». Αυτό δείχνει ότι **μεταξύ των δύο ομάδων δεν υπάρχει καμία γραμμική συσχέτιση αλλά δεν αποκλείει άλλου είδους συσχέτιση.**

Παρουσιάζει ενδιαφέρον η ανάλυση της επαγγελματικής κατάστασης των ατόμων που απάντησαν. Οι 77 ήταν φοιτητές, οι 4 συνταξιούχοι, οι 53 ιδιωτικοί υπάλληλοι, οι 7 δημόσιοι υπάλληλοι, οι 15 ελεύθεροι επαγγελματίες και οι 22 είχαν διάφορες άλλες επιχειρηματικές ιδιότητες. Στο σχήμα που ακολουθεί φαίνονται τα ποσοστά της κάθε επαγγελματικής ιδιότητας.

Κατανομή ανά ιδιότητα



	Φοιτητές	Συνταξιούχοι	Ιδιωτ. Υπάλληλοι	Δημ. Υπάλληλοι	Ελεύθ. επαγγελματίες	Διάφορα
Ποσοστό δείγματος	43.2	2.2	29.7	3.9	8.4	12.4

Το γεγονός ότι 2 στους 5 που απάντησαν είναι φοιτητής **αδυνατίζει τη σημασία των αποτελεσμάτων** στις ερωτήσεις εκείνες που έχουν σχέση με άλλου είδους τραπεζικές συναλλαγές που δεν συνηθίζουν οι φοιτητές, αλλά το εύρημα αυτό θα το επεξεργασθούμε στη συνέχεια.

6.2 Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ

Ας δούμε στη συνέχεια την επεξεργασία των στοιχείων των ομάδων «demographics» με το SPSS για να διαπιστώσουμε αν ταιριάζουν με τις παρατηρήσεις που έγιναν προηγουμένως.

Όλες οι μεταβλητές «demographics» δεν είναι συνεχείς και δεν ακολουθούν σε καμία περίπτωση κανονική κατανομή.

Ο στατιστικός έλεγχος θα γίνει επομένως με το κριτήριο του χ^2 τέστ. Ο συντελεστής σημαντικότητας Pearson χ^2 θα ελέγχεται κάθε φορά ως προς τη τιμή του συντελεστή σημαντικότητας στο επίπεδο του 5% ($p=0,05$) και αν είναι μεγαλύτερος από αυτόν τότε ισχύει η υπόθεση H_0 ότι οι δύο ομάδες απαντήσεων είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους, δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ τους, ενώ **αν είναι μικρότερος από αυτόν τότε υπάρχει ένδειξη ότι υπάρχει συσχέτισης μεταξύ των δύο ομάδων αποτελεσμάτων.**

Στη περίπτωση που υπάρχει ένδειξη ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο ομάδων η ανάλυση θα προχωρήσει ένα βήμα πιο πέρα με τον υπολογισμό του συντελεστή του Kendall ταυ-β. Ο συντελεστής αυτός βρίσκεται στη περιοχή μεταξύ -1 και 1. Αν υπάρχει ταύτιση μεταξύ των δύο ομάδων ο συντελεστής βρίσκεται κοντά στο 1, ενώ αν η μια ομάδα είναι ακριβώς η αντίθετη της άλλης τότε ο συντελεστής είναι -1. Αν τα περιεχόμενα των δύο ομάδων είναι ανεξάρτητα ο συντελεστής είναι γύρω από το μηδέν.

Ας δούμε τώρα τι σημαίνουν αυτά στην έρευνα που έγινε.

1. Η σχέση μεταξύ φύλου και ηλικίας

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,588 ^a	2	,274
Likelihood Ratio	2,671	2	,263
Linear-by-Linear Association	1,865	1	,172
N of Valid Cases	177		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,80.

Ο συντελεστής Pearson χ^2 είναι 0,274, υπάρχει δηλαδή ασθενής μόνο συσχέτιση και επειδή η τιμή Sig. (2-sided) είναι μεγαλύτερη του 0,05 η συσχέτιση αυτή δεν είναι στατιστικά σημαντική άρα ισχύει η υπόθεση ότι οι δύο ομάδες είναι ανεξάρτητες μεταξύ τους. Επομένως οι ομάδες αποτελεσμάτων «για το φύλο» και «την ηλικία» των ατόμων που απάντησαν είναι ανεξάρτητες και επιπλέον

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-,085	,072	-1,179	,238
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

ο συντελεστής Kendall ταυ-β είναι πολύ μικρός (-0,085) κάτι που σημαίνει ότι οι δύο ομάδες είναι πολύ κοντά να θεωρηθούν πλήρως ανεξάρτητες.

Ο πίνακας κανονικοποίησης που δημιουργήθηκε μας δείχνει το πόση είναι η απόκλιση από τη πλήρη ανεξαρτησία των αποτελεσμάτων σε κάθε τμήμα ηλικίας είναι ο εξής

ηλικία * φύλο Crosstabulation

		φύλο		Total	
		1	2		
ηλικία	Count	52	55	107	
	ExpectedCount	55,0	52,0	107,0	
	1	% within ηλικία	48,6%	51,4%	100,0%
		% within φύλο	57,1%	64,0%	60,5%
		% ofTotal	29,4%	31,1%	60,5%
		Count	29	27	56
		ExpectedCount	28,8	27,2	56,0
	2	% within ηλικία	51,8%	48,2%	100,0%
		% within φύλο	31,9%	31,4%	31,6%
		% ofTotal	16,4%	15,3%	31,6%
		Count	10	4	14
		ExpectedCount	7,2	6,8	14,0
3	% within ηλικία	71,4%	28,6%	100,0%	
	% within φύλο	11,0%	4,7%	7,9%	
	% ofTotal	5,6%	2,3%	7,9%	
Total	Count	91	86	177	
	ExpectedCount	91,0	86,0	177,0	
	% within ηλικία	51,4%	48,6%	100,0%	
	% within φύλο	100,0%	100,0%	100,0%	
	% ofTotal	51,4%	48,6%	100,0%	

Ας δούμε τι σημαίνουν τα αποτελέσματα στο πίνακα αυτό. Παρουσιάζεται μια καταμέτρηση των αποτελεσμάτων για κάθε τμήμα ηλικίας όπως πραγματικά είναι στο δείγμα και όπως θα έπρεπε να είναι αντιπροσωπεύοντας ένα τελείως ανεξάρτητο σύνολο. Παρατηρούμε ότι οι αποκλίσεις είναι από πολύ μικρές έως ασήμαντες. Για παράδειγμα η πρώτη ομάδα ηλικίας (μέχρι 25 χρονών) περιλαμβάνει στη πραγματικότητα 52 άνδρες και 55 γυναίκες ενώ από τα αποτελέσματα του συνόλου ανέμενε κάποιος 55 άνδρες και 52 γυναίκες αλλά αυτή η διαφορά, όντας μικρότερη του 5 δε κρίνεται στατιστικά σημαντική.

Το ίδιο συμβαίνει και στην ομάδα «ηλικία άνω των 45 χρονών», ενώ στην ενδιάμεση ομάδα οι αναλογίες είναι οι ίδιες.

2. Η σχέση μεταξύ ηλικίας και οικογενειακής κατάστασης

Ο πίνακας που παρουσιάζει τα αποτελέσματα είναι ο πίνακας που ακολουθεί

ηλικία * οικογένεια Crosstabulation					
		οικογένεια			Total
		1	2	3	
ηλικία	Count	103	3	2	108
	ExpectedCount	86,2	18,8	3,0	108,0
	1 % within ηλικία	95,4%	2,8%	1,9%	100,0%
	% within οικογένεια	72,5%	9,7%	40,0%	60,7%
	% ofTotal	57,9%	1,7%	1,1%	60,7%
	Count	37	18	1	56
	ExpectedCount	44,7	9,8	1,6	56,0
	2 % within ηλικία	66,1%	32,1%	1,8%	100,0%
	% within οικογένεια	26,1%	58,1%	20,0%	31,5%
	% ofTotal	20,8%	10,1%	0,6%	31,5%
	Count	2	10	2	14
	ExpectedCount	11,2	2,4	,4	14,0
3 % within ηλικία	14,3%	71,4%	14,3%	100,0%	
% within οικογένεια	1,4%	32,3%	40,0%	7,9%	
% ofTotal	1,1%	5,6%	1,1%	7,9%	
Count	142	31	5	178	
ExpectedCount	142,0	31,0	5,0	178,0	
Total % within ηλικία	79,8%	17,4%	2,8%	100,0%	
% within οικογένεια	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
% ofTotal	79,8%	17,4%	2,8%	100,0%	

Όπως προαναφέρθηκε, και για τους λόγους που εξηγήθηκαν, το δείγμα των απαντήσεων παρουσιάζει μια οξεία μετατόπιση προς τις νέες ηλικίες και επομένως δε θεωρείται αντιπροσωπευτικό. Ταυτόχρονα όμως επηρεάζει και μια σειρά από άλλες ομάδες οι οποίες ως εκ τούτου πιθανόν να μην έχουν θέση στην ανάλυση των απαντήσεων. Μια από τις ομάδες αυτές είναι και απαντήσεις για την «οικογενειακή κατάσταση».

Είναι προφανές η ηλικία μέχρι 25 χρονών να αποτελείται κατά κύριο λόγο από ανύπαντρα άτομα.

Αυτό δείχνει και η στατιστική ανάλυση με τη τιμή του Pearson χ^2 , όπως φαίνεται και από τον πίνακα που ακολουθεί

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	62,977 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	59,162	4	,000
Linear-by-Linear Association	48,322	1	,000
N of Valid Cases	178		

a. 4 cells (44,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,39.

Για τον συντελεστή έχουμε μια τιμή σημαντικότητας σχεδόν μηδενική και επομένως μικρότερη από 0,05. Ως εκ τούτου η υπόθεση ότι οι δύο ομάδες δεν συσχετίζονται απορρίπτεται και υπάρχει ισχυρή ένδειξη ότι οι δύο ομάδες συσχετίζονται. Ο βαθμός συσχετισμού τους δίνεται από τον συντελεστή του Kendall ταυ-β.

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,610	,062	6,286	,000
N of Valid Cases		178			

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Η τιμή 0,610 για τον συντελεστή του Kendall ταυ-β δείχνει ότι υπάρχει μια αξιόλογη συσχέτιση μεταξύ των δύο ομάδων και επομένως η ομάδα με τη «οικογενειακή κατάσταση» δεν προσθέτει κάτι ιδιαίτερο στην έρευνα καλυπτόμενη από τα αποτελέσματα της ομάδας με την ηλικία.

3. Η σχέση μεταξύ ηλικίας και εισοδήματος

Τα κριτήρια για τις διάφορες εισοδηματικές ομάδες καθορίστηκαν ανάμεσα στις τρεις ομάδες ως εξής: μέχρι 30,000 ευρώ, από 30-50,000 ευρώ και άνω των 50,000 ευρώ. Όπως φαίνεται από την κατανομή των ποσοστών από όσους απάντησαν, τα 2/3 από αυτούς ανήκουν στη πρώτη ομάδα. Εκτιμάμε ότι **θα έπρεπε να ξανακοιταχθούν τα κριτήρια με στόχο η ερώτηση να περιλαμβάνει και μία ακόμη ομάδα την «εισοδήματα μικρότερα από 15,000 ευρώ»**. Επίσης το ποσοστό όσων ανήκουν στη πρώτη ομάδα (χαμηλά εισοδήματα) μειώνεται με την ηλικία. Όλα αυτά δείχνουν μια αρνητική συσχέτιση αλλά όλα ανατρέπονται επειδή για κάποιους λόγους που χρειάζεται να

διερευνηθούν η συμμετοχή των μικρής ηλικίας ατόμων στην ομάδα υψηλών εισοδημάτων είναι ασυνήθιστα αυξημένη.

ηλικία * εισόδημα Crosstabulation						
		εισόδημα			Total	
		1	2	3		
ηλικία	1	Count	84	18	6	108
		% within ηλικία	77,8%	16,7%	5,6%	100,0%
		% within εισόδημα	62,7%	48,6%	85,7%	60,7%
	% ofTotal	47,2%	10,1%	3,4%	60,7%	
	2	Count	45	11	0	56
		% within ηλικία	80,4%	19,6%	0,0%	100,0%
		% within εισόδημα	33,6%	29,7%	0,0%	31,5%
	% ofTotal	25,3%	6,2%	0,0%	31,5%	
	3	Count	5	8	1	14
% within ηλικία		35,7%	57,1%	7,1%	100,0%	
% within εισόδημα		3,7%	21,6%	14,3%	7,9%	
% ofTotal	2,8%	4,5%	0,6%	7,9%		
Total	Count	134	37	7	178	
	% within ηλικία	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%	
	% within εισόδημα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
% ofTotal	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%		

Ο συντελεστής σημαντικότητας Pearson χ^2 για τις ομάδες αυτές έχει Sig p = 0,003

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,305 ^a	4	,003
Likelihood Ratio	16,220	4	,003
Linear-by-Linear Association	2,333	1	,127
N of Valid Cases	178		

a. 4 cells (44,4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,55.

μικρότερο του 0,05, κάτι που υποδηλώνει ότι υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι οι δύο ομάδες δεν είναι ανεξάρτητες ή μια της άλλης.

Χρειάζεται να ελέγξουμε αν υπάρχει ή δεν υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο ομάδων. Για το λόγο αυτό διαμορφώνουμε τον πίνακα με την Crosstabulation προσθέτοντας και τις αναμενόμενες τιμές (expected values)

ηλικία * εισόδημα Crosstabulation						
		εισόδημα			Total	
		1	2	3		
ηλικία	1	Count	84	18	6	108
		ExpectedCount	81,3	22,4	4,2	108,0
		% within ηλικία	77,8%	16,7%	5,6%	100,0%
		% within εισόδημα	62,7%	48,6%	85,7%	60,7%
		% ofTotal	47,2%	10,1%	3,4%	60,7%
		Count	45	11	0	56
		ExpectedCount	42,2	11,6	2,2	56,0
		% within ηλικία	80,4%	19,6%	0,0%	100,0%
		% within εισόδημα	33,6%	29,7%	0,0%	31,5%
		% ofTotal	25,3%	6,2%	0,0%	31,5%
		Count	5	8	1	14
		ExpectedCount	10,5	2,9	,6	14,0
		% within ηλικία	35,7%	57,1%	7,1%	100,0%
		% within εισόδημα	3,7%	21,6%	14,3%	7,9%
		% ofTotal	2,8%	4,5%	0,6%	7,9%
Total		Count	134	37	7	178
		ExpectedCount	134,0	37,0	7,0	178,0
		% within ηλικία	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%
		% within εισόδημα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% ofTotal	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%	

Στον πίνακα αυτό φαίνεται ότι για τις ομάδες ηλικιών 1 και 2 υπάρχει μικρή διαφορά μεταξύ των παρατηρήσεων και των αναμενόμενων τιμών κάτι που δεν συμβαίνει όμως με την ομάδα 3.

Η τιμή όμως 0,204 για τον συντελεστή του Kendall ταυ-β δείχνει ότι υπάρχει μια μάλλον χαλαρή συσχέτιση οπότε διατηρούνται οι δύο ομάδες ως διαφορετικές

Η πραγματική αξία της ομάδας αυτής θα διερευνηθεί ξανά στην σύγκριση των αποτελεσμάτων για την ολική ικανοποίηση από τις τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα.

4. Η σχέση φύλου και εισοδήματος

Από τα στοιχεία του πίνακα φαίνεται ότι οι άνδρες έχουν μεγαλύτερα εισοδήματα από τις γυναίκες που ερωτήθηκαν. Πράγματι, ο τελικός πίνακας

εισόδημα * φύλο Crosstabulation					
		φύλο		Total	
		1	2		
εισόδημα	1	Count	64	69	133
		ExpectedCount	68,4	64,6	133,0
		% within εισόδημα	48,1%	51,9%	100,0%
		% within φύλο	70,3%	80,2%	75,1%
		% ofTotal	36,2%	39,0%	75,1%
		Count	22	15	37
	2	ExpectedCount	19,0	18,0	37,0
		% within εισόδημα	59,5%	40,5%	100,0%
		% within φύλο	24,2%	17,4%	20,9%
		% ofTotal	12,4%	8,5%	20,9%
		Count	5	2	7
		ExpectedCount	3,6	3,4	7,0
3	% within εισόδημα	71,4%	28,6%	100,0%	
	% within φύλο	5,5%	2,3%	4,0%	
	% ofTotal	2,8%	1,1%	4,0%	
	Count	91	86	177	
	ExpectedCount	91,0	86,0	177,0	
	% within εισόδημα	51,4%	48,6%	100,0%	
Total	% within φύλο	100,0%	100,0%	100,0%	
	% ofTotal	51,4%	48,6%	100,0%	

παρουσιάζει ξεκινώντας από μια αναλογία των απαντήσεων 51,4% άνδρες και 48,6% γυναίκες στη ζώνη των υψηλών εισοδημάτων να βρίσκονται 71,4 % άνδρες και μόνο 28,6% γυναίκες.

SymmetricMeasures						
		Value	Asymp. Error ^a	Std.	Approx. T ^b	Approx. Sig.
OrdinalbyOrdinal	Kendall'stau-b	,204	,078		1,327	,185
N ofValidCases		178				
a. Not assuming the null hypothesis.						
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.						

Ο συντελεστής σημαντικότητας Pearson χ^2 για τις ομάδες αυτές είναι 2,659 με Sig p = 0,165 τιμή μεγαλύτερη από την 0,05

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,659 ^a	2	,165
Likelihood Ratio	2,707	2	,158
Linear-by-Linear Association	2,643	1	,104
N of Valid Cases	177		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,40.

που μας υποδεικνύει ότι δεν υπάρχει ένδειξη για εξάρτηση της μιας μεταβλητής από την άλλη,

Symmetric Measures					
		Value	Asymp. Error ^a	Std. Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	-,117	,072	-1,596	,111
N of Valid Cases		177			

a. Not assuming the null hypothesis.
b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

κάτι που επιβεβαιώνεται και από τη τιμή -0,117 για τον συντελεστή του Kendall ταυ-β δείχνει ότι υπάρχει μια εντελώς χαλαρή συσχέτιση οπότε διατηρούνται οι δύο ομάδες ως διαφορετικές.

5. Η σχέση ηλικίας με ασχολία

Για λόγους διευκόλυνσης της στατιστικής επεξεργασίας και καθόσον έχουν κοινά χαρακτηριστικά, οι δημόσιοι και οι ιδιωτικοί υπάλληλοι αποτελούν μια ομάδα (ομάδα 2) ενώ οι συνταξιούχοι που είναι μικρό ποσοστό των απαντήσεων (μόλις το 2,7%) συνηπολογίζονται στη κατηγορία «Διαφορετικές» (ομάδα 4)

Όπως φαίνεται από τον πίνακα

ασχολία * εισόδημα Crosstabulation

		εισόδημα			Total	
		1	2	3		
ασχολία	1	Count	60	12	5	77
		% within ασχολία	77,9%	15,6%	6,5%	100,0%
		% within εισόδημα	44,8%	32,4%	71,4%	43,3%
		% of Total	33,7%	6,7%	2,8%	43,3%
	2	Count	44	11	0	55
		% within ασχολία	80,0%	20,0%	0,0%	100,0%
		% within εισόδημα	32,8%	29,7%	0,0%	30,9%
		% of Total	24,7%	6,2%	0,0%	30,9%
	3	Count	12	6	1	19
		% within ασχολία	63,2%	31,6%	5,3%	100,0%
		% within εισόδημα	9,0%	16,2%	14,3%	10,7%
		% of Total	6,7%	3,4%	0,6%	10,7%
4	Count	18	8	1	27	
	% within ασχολία	66,7%	29,6%	3,7%	100,0%	
	% within εισόδημα	13,4%	21,6%	14,3%	15,2%	
	% of Total	10,1%	4,5%	0,6%	15,2%	
Total	Count	134	37	7	178	
	% within ασχολία	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%	
	% within εισόδημα	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	75,3%	20,8%	3,9%	100,0%	

1. Σχεδόν το 80% των “φοιτητών” (77,3%) και των “υπαλλήλων” (80,0%) έχουν χαμηλά εισοδήματα (ομάδα 1). Το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 65% περίπου για τις άλλες δύο ομάδες απασχόλησης, τους “ελεύθερους επαγγελματίες” (63,2% και τους “διαφορετικές ομάδες” (66,7%). Το τελικό αποτέλεσμα είναι ότι το 75,3% έχει χαμηλά εισοδήματα.

2. Η ομάδα των φοιτητών ενώ αποτελεί το 43,3 % του πληθυσμού έχει το 71,4% των υψηλών εισοδημάτων. Ειδικά επειδή πρόκειται και για φοιτητές πιθανολογείται ότι πρόκειται για ένα σφάλμα που οφείλεται στη έλλειψη κανονικής κατανομής των πληθυσμών και της ύπαρξης outliers.

3. Αν και η ομάδα 4 του πληθυσμού “διαφορετικές” είναι η πιο ετερογενής δίνει τις πιο ομοιογενείς ως προς τα ποσοστά κατανομές (το 29,6% της ομάδας έχει εισοδήματα από 30-50,00€ όταν η μέση τιμή είναι 20,8%.

Η ανάλυση Chi-Square Test μας δείχνει πόσο ισχυρή είναι η ένδειξη του αν υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών. Όπως φαίνεται $\chi^2 = 7,507$ με Sig. (2-sided) = 0,277 άρα **δεν υπάρχει κάποια ισχυρή ένδειξη συσχέτισης μεταξύ ασχολίας και εισοδήματος**

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,507 ^a	6	,277
Likelihood Ratio	9,306	6	,157
Linear-by-Linear Association	,880	1	,348
N of Valid Cases	17		
	8		

a. 5 cells (41,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is,75.

Αυτό επιβεβαιώνεται και από τη τιμή του συντελεστή Kendall ταυ-β ο οποίος έχει μια τιμή στη περιοχή του 0

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Error ^a	Std. Error ^b	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	,078	,072		1,079	,281
N of Valid Cases	178				

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

6. Η σχέση ηλικίας με ασχολία

Από τον πίνακα προκύπτουν οι πιο κάτω παρατηρήσεις

ασχολία * ηλικία Crosstabulation

		ηλικία			Total	
		1	2	3		
ασχολία	1	Count	72	4	1	77
		% within ασχολία	93,5%	5,2%	1,3%	100,0%
		% within ηλικία	66,7%	7,1%	7,1%	43,3%
		% of Total	40,4%	2,2%	0,6%	43,3%
	2	Count	20	31	4	55
		% within ασχολία	36,4%	56,4%	7,3%	100,0%
		% within ηλικία	18,5%	55,4%	28,6%	30,9%
		% of Total	11,2%	17,4%	2,2%	30,9%
	3	Count	7	9	3	19
		% within ασχολία	36,8%	47,4%	15,8%	100,0%
		% within ηλικία	6,5%	16,1%	21,4%	10,7%
		% of Total	3,9%	5,1%	1,7%	10,7%
4	Count	9	12	6	27	
	% within ασχολία	33,3%	44,4%	22,2%	100,0%	
	% within ηλικία	8,3%	21,4%	42,9%	15,2%	
	% of Total	5,1%	6,7%	3,4%	15,2%	
Total	Count	108	56	14	178	
	% within ασχολία	60,7%	31,5%	7,9%	100,0%	
	% within ηλικία	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	60,7%	31,5%	7,9%	100,0%	

- Στην ομάδα των φοιτητών το 93,5 % είναι κάτω των 25 ετών κάτι που είναι και το αναμενόμενο. Παρατηρούμε ότι τα 2/3 των κάτω των 25 ετών είναι φοιτητές, **κάτι που δεν το θεωρούμε αντιπροσωπευτικό της πραγματικής πληθυσμιακής κατανομής.**
- Οι φοιτητές και οι υπάλληλοι αντιπροσωπεύουν τα ¾ του συνολικού πληθυσμού του δείγματος (το 74,2 %). Επίσης δεν είναι αντιπροσωπευτικό.
- Το 85% περίπου των ελεύθερων επαγγελματιών έχουν ηλικία μέχρι 35 ετών. Πάλι το αποτέλεσμα αυτό θεωρείται περίεργο.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	67,683 ^a	6	,000
Likelihood Ratio	73,856	6	,000
Linear-by-Linear Association	41,599	1	,000
N of Valid Cases	178		

a. 3 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,49.

Η τιμή του συντελεστή χ^2 , αποτέλεσμα του Chi-Square Test είναι 67,683 με $\text{Sig} = 0,000 < 0,05$ και υποδηλώνει ότι μπορεί να υπάρχει συσχέτιση μεταξύ των δύο ομάδων. Από όλες τα όμως τις παραπάνω πληροφορίες συμπεραίνουμε ότι πρέπει να είμαστε σκεπτικοί ως προς την ερμηνεία και εξαγωγή συμπερασμάτων από τη συσχέτιση μεταξύ των δύο ομάδων. Φαίνεται πάντως ότι

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal Kendall's tau-b	,502	,055	8,783	,000
N of Valid Cases	178			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

οι ενδείξεις της πιθανής συσχέτισης ενισχύονται και από τη τιμή του συντελεστή Kendall tau-b, ο οποίος είναι 0,502.

ΤΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Τα βασικά συμπεράσματα επομένως που πρέπει να κρατηθούν για τη συνέχεια της ανάλυσης είναι :

1. Ο αριθμός των απαντήσεων που συλλέχθηκαν θεωρείται στατιστικά επαρκής
2. Η αποστολή των ερωτηματολογίων μέσω των δικτύων κοινωνικής επαφής δεν διασφαλίζει την αντιπροσωπευτικότητα των απαντήσεων και διαβρώνει κάποια από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα της “μόρφωσης” όπου το 72,5 % των απαντήσεων προερχόταν από άτομα με τριτοβάθμια εκπαίδευση ή κατόχους διδακτορικού.
3. Η κατανομή των αποτελεσμάτων στις περισσότερες από τις ομάδες αποτελεσμάτων δεν ακολουθούν τη κανονική κατανομή και χρειάζεται να είμαστε υποψιασμένοι για τα αποτελέσματα.
4. Οι κατανομές των απαντήσεων στα περισσότερα από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά δεν αντιπροσωπεύουν τις κατανομές στις αντίστοιχες πληθυσμιακές ομάδες.
5. Υπάρχουν κάποιες από τις αρχικές δημογραφικές μεταβλητές οι οποίες είναι περιττές καθώς είναι άμεσο επακόλουθο μιας άλλης δημογραφικής μεταβλητής. Για το λόγο αυτό δεν συνεχίζουμε στην ανάλυση με τις μεταβλητές της “οικογενειακής κατάστασης” και της “μόρφωσης”.
6. Η μεταβλητή “ασχολία” είναι επίσης επηρεασμένη από τον τρόπο που διεξήχθη η έρευνα αλλά εκτιμάμε ότι μπορούμε να τη κρατήσουμε στη συνέχεια της ανάλυσης.
7. Καλό θα ήταν να υπήρχε μια ακόμη ομάδα στη μεταβλητή “εισόδημα ” για εισοδήματα μικρότερα των 15,000 ευρώ.
7. Οι δημογραφικές μεταβλητές “φύλο”, “εισόδημα” και “ηλικία” είναι τρεις μεταβλητές οι οποίες δεν παρουσιάζουν φαινόμενα συσχέτισης που μπορεί να επηρεάσουν τα αποτελέσματα της ανάλυσης.

6.3 ΠΩΣ ΣΧΕΤΙΖΕΤΑΙ Η ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΜΕ ΤΙΣ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Μέσω της διενέργειας του t-test ανεξαρτησίας διεξάγουμε μια διερεύνηση του κατά πόσο η αίσθηση της “συνολικής ικανοποίησης” από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω της

ηλεκτρονικής τραπεζικής επηρεάζεται από τις διαφορετικές ομάδες των δημογραφικών μεταβλητών.

Αρχικά παρουσιάζουμε τα αποτελέσματα και για τους τρεις συνδυασμούς των ηλικιακών ομάδων μαζί

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Olikiikan	1	106	5,02	1,316	,128
opiisi	2	56	5,02	1,355	,181

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Olikiikano	1	106	5,02	1,316	,128
piisi	3	14	4,93	1,940	,518

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Olikiika	2	56	5,02	1,355	,181
nopiisi	3	14	4,93	1,940	,518

Όπως φαίνεται από τους πίνακες των αποτελεσμάτων η μέση τιμή της συνολικής ικανοποίησης είναι ελαφρά θετική (μέση τιμή 4,98 με διακύμανση 1,435) και προχωράμε να ελέγξουμε αν αποκλίνει σημαντικά ελέγχοντας τη συσχέτιση των ομάδων μεταξύ τους μέσω του t-test ανεξαρτησίας.

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiik anopii si	Equal variances assumed	,027	,870	,005	160	,996	,001	,220	-,433	,435
	Equal variances not assumed			,005	109,292	,996	,001	,222	-,438	,440

Μεταξύ των ομάδων ηλικιών 1 και 2 έχουμε $F(160) = 0,027$ με $Sig = 0,870 > 0,05$ καθώς επίσης $Sig(2-tailed) = 0,996 > 0,05$. Οι δύο ομάδες επομένως έχουν την ίδια μέση τιμή του δείγματος και επιπλέον η μεταβλητότητα στο εσωτερικό τους δεν είναι διαφορετική.

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Olik iika nop iisi	Equal variances assumed	2,086	,151	,227	118	,821	,090	,398	-,697	,878
	Equal variances not assumed			,169	14,623	,868	,090	,534	-1,051	1,231

Μεταξύ των ομάδων ηλικιών 1 και 3 έχουμε $F(118) = 2,086$ με $Sig = 0,151 > 0,05$ καθώς επίσης $Sig(2-tailed) = 0,821 > 0,05$. Οι δύο ομάδες επομένως έχουν την ίδια μέση τιμή του δείγματος και επιπλέον η μεταβλητότητα στο εσωτερικό τους δεν είναι διαφορετική.

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Olikiikanoopiisi	Equal variances assumed	1,690	,201	,201	68	,841	,089	,444	-796		,975
	Equal variances not assumed		,163		16,307	,873	,089	,549	-1,073		1,252

Μεταξύ των ομάδων ηλικιών 2 και 3 έχουμε $F(66) = 1,690$ με $Sig = 0,201 > 0,05$ καθώς επίσης $Sig(2-tailed) = 0,841 > 0,05$. Οι δύο ομάδες επομένως έχουν την ίδια μέση τιμή του δείγματος και επιπλέον η μεταβλητότητα στο εσωτερικό τους δεν είναι διαφορετική.

Επομένως συμπεραίνουμε ότι η μέση τιμή της συνολικής ικανοποίησης είναι 4,99 και είναι ανεξάρτητη της ηλικιακής ομάδας που συμμετέχει.

Στη συνέχεια έγινε η ίδια ανάλυση για να ερευνηθεί αν υπάρχει διαφοροποίηση για τα δύο φύλα

Group Statistics

	φύλο	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Olikiikanopiisi	2	85	4,93	1,361	,148
	1	90	5,09	1,403	,148

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
										Lower	Upper
Olikiikanoopiisi	Equal variances assumed	,077	,782	-,762	173	,447	-,159	,209	-572		,253
	Equal variances not assumed			-,763	172,876	,446	-,159	,209	-572		,253

Η ανάλυση για την επίδραση που αναμένεται από τις διαφορετικές συμπεριφορές των δύο φύλων έδειξε ότι δεν υπάρχει παρόμοια διαφοροποίηση και ότι τα δύο φύλα δεν έχουν διαφορετικές μέσες τιμές ολικής ικανοποίησης, η διαφορά δε που υπάρχει στις απαντήσεις οφείλεται μόνο σε διαφοροποιήσεις των χαρακτηριστικών της ομάδας απαντήσεων και όχι του συνόλου

Με βάση τα αποτελέσματα που παρουσιάζονται στο παράρτημα 6 έγιναν και οι ακόλουθες παρατηρήσεις για τυχόν διαφοροποιήσεις των ομάδων κάθε δημογραφικής μεταβλητής.

1. υπάρχει μια στατιστικά σημαντική διαφορά με $p < 0,05$ ανάμεσα στις ομάδες χαμηλών (κάτω των 25,000 €) και υψηλών (άνω των 50,000€) εισοδημάτων. Πρέπει να διερευνηθεί αν οφείλεται στη μεγάλη διαφορά των πληθυσμών τους ή αν πραγματικά ισχύει. Πάντως είναι προφανής η κακή κατανομή των απαντήσεων όσον αφορά τα εισοδηματικά κριτήρια (δεν πληροί ούτε καν τα διευρυμένα κριτήρια της κανονικής κατανομής που είναι η ύπαρξη "εξογκώματος" στο μέσον της κατανομής).

2. Υπάρχουν στατιστικά σημαντική διαφορά με $p < 0,05$ ανάμεσα στις ομάδες με απασχόληση ως " υπάλληλος" και ως "φοιτητής" με την πρώτη ομάδα να εκφράζει μικρότερη ολική ικανοποίηση από τη δεύτερη (μέση τιμή 4,80 έναντι 5,01). Το ίδιο συμβαίνει και μεταξύ των ομάδων "υπάλληλος" και "ελεύθερος επαγγελματίας" με την δεύτερη ομάδα να έχει μεγαλύτερη μέση τιμή από τη πρώτη ομάδα (μέση τιμή 5,21 έναντι 4,80).

3. Η ομάδα των υπαλλήλων έχει τη χαμηλότερη τιμή "ολικής ικανοποίηση;" από όλες τις ομάδες απασχόλησης. Το εύρημα αυτό έχει σημασία γιατί η ομάδα αυτή λόγω περιορισμών ωραρίου (που εν γένει συμπίπτει με το ωράριο συναλλαγών στις τράπεζες) είναι δυνητικά ευνοϊκά διατεθειμένοι για εξωτραπεζικές συναλλαγές.

6.4 ΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ ΑΤΜ

Οι ερωτήσεις που περιέχονται στην έρευνα και αφορούν τη χρήση των ΑΤΜ για τη διενέργεια εξωτραπεζικών συναλλαγών έχουν επιλεγεί και είναι εστιασμένες στους τέσσερεις βασικούς άξονες ικανοποίησης των πελατών που είναι : η χρησιμότητα (οι υπηρεσίες που προσφέρονται), η ευκολία χρήσης, η αξιοπιστία (ασφάλεια συναλλαγών) και η προσωπική επαφή (φιλικότητα των συναλλαγών).

Στο ερωτηματολόγιο υπάρχουν 6 διπλές ερωτήσεις. Διπλές ερωτήσεις των οποίων το ένα σκέλος αφορούσε το τι πιστεύουν όσοι απαντάνε στο ερώτημα και το δεύτερο σκέλος αφορούσε το ποια

πιστεύουν ότι είναι η κατάσταση στην Ελλάδα όσον αφορά το θέμα της ερώτησης. Οι ερωτήσεις αναλυτικά είναι

Que1: πρέπει να υπάρχει διασπορά των ATM για ευκολότερη πρόσβαση

Que2: χρειάζεται το ATM να είναι σε προστατευμένο και φωτισμένο χώρο;

Que3: χρειάζεται να έχουν τα ATM ευκολίες για άτομα με ειδικά προβλήματα;

Que4: χρειάζεται να υπάρχει η διαδικασία αναγνώρισης στα ATM;

Que5: πρέπει να είναι φιλική η διαδικασία συναλλαγής στα ATM

Que6: στα ATM χρειάζεται να παρέχονται οδηγίες σε πολλές γλώσσες;

Οι ίδιες ερωτήσεις υπήρχαν στη συνέχεια ως εκτίμηση ποια είναι η κατάσταση στην Ελλάδα (ερώτηση Que-ελ)

Η διαφορά Que - Que-ελ είναι ότι παραμένει στην αντίληψη του πελάτη. Πρόκειται για το λεγόμενο Αμερικανικό μοντέλο προσδιορισμού αντιληπτής ικανοποίησης (Parasouraman,1985 52) ή gaps analysis model.

Η διαφορά αυτή δημιούργησε μια νέα μεταβλητή η οποία πήρε όλα τα στατιστικά χαρακτηριστικά των προκατόχων της.

Και εδώ κάθε απάντηση στις ερωτήσεις δίνεται σε βαθμίδες της κλίμακας Likert. Η διαφορά μεταξύ των απαντήσεων στα δύο σκέλη της ερώτησης είναι και αυτή σε βαθμίδες της κλίμακας Likert. Στη πραγματικότητα η διαφορά Que - Que-ελ είναι ότι παραμένει στην αντίληψη του πελάτη. Πρόκειται για το λεγόμενο Αμερικανικό μοντέλο προσδιορισμού αντιληπτής ικανοποίησης (Parasouraman,1985 52) ή gaps analysis model.

Η διαφορά αυτή δημιουργεί με τη σειρά της μια νέα μεταβλητή η οποία αντιπροσωπεύει την απόσταση που χωρίζει την αντίληψη για ένα χαρακτηριστικό και της αίσθησης της πραγματικότητας που υπάρχει και που σύμφωνα με όλες τις μελέτες είναι δηλωτική της ικανοποίησης των πελατών όσον αφορά το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της υπηρεσίας.

Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις 5 και 6 έχουν συμπυκνωθεί και δημιούργησαν τη νέα μεταβλητή "προσωπική επαφή" ενώ και οι ερωτήσεις 2 και 4 συμπύχθηκαν δημιουργώντας τη νέα μεταβλητή "σιγουριά". Καταλήγουμε λοιπόν σε 4 μεταβλητές τις εξής : "σιγουριά", "προς. επαφή", "ευκολία χρήσης" και "υπηρεσίες". Στις μεταβλητές αυτές προχωρήσαμε σε ανάλυση τους με τη χρήση του λογισμικού εφαρμοσμένης στατιστικής SPSS 20.

Ο πίνακας των Descriptive Statistics δεν δείχνει ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των μεταβλητών και οι μέσες τιμές που προκύπτουν δείχνουν ότι οι απαντήσεις δε διακρίνουν μεγάλες αποκλίσεις ανάμεσα στην αντίληψη που υπάρχει και τη πραγματική κατάσταση στην Ελλάδα. Πράγματι, στη κλίμακα όπου -1 είναι πλήρης ταύτιση και +1 τελείως διαφορετικά, τιμές στη περιοχή -0,20 έως -0,30 δείχνουν ότι υπάρχει μικρή διαφοροποίηση.

Descriptive Statistics

	N	Me an	Std. Deviation	Variance	Skewness	
	Statisti c	Statisti c	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
ευκολία χρή σης	178	-,29	,670	,449	,536	,182
επαφή	178	-,23	,815	,664	,448	,182
υπηρεσίες	178	-,19	,703	,494	,483	,182
σιγουριά	178	-,34	,681	,464	,553	,182
Valid N (listwise)	178					

Φαίνεται επίσης ότι δεν υπάρχει διαφορά ούτε και στο εύρος των διακυμάνσεων που υπάρχουν όσον αφορά τη κάθε μεταβλητή. Αξίζει να σημειωθεί η μεγαλύτερη διακύμανση των απαντήσεων όσον αφορά τη “προσωπική επαφή” αλλά είναι ενδεχόμενο να επηρεάστηκε από το γεγονός ότι πρόκειται για σύνθετη μεταβλητή της οποίας η μία συνιστώσα είναι ασαφής. Πράγματι, στην ερώτηση για την “αναφορά του ονοματεπώνυμου στη κάθε συναλλαγή υπάρχει ασάφεια γιατί μπορεί να γίνεται και για λόγους προσωπικής επαφής και για λόγους ασφάλειας.

Στο παράρτημα 5 εμφανίζονται οι πίνακες με τις συχνότητες που εμφανίζεται το κάθε επίπεδο των εκτιμήσεων της κατάστασης για κάθε ερώτηση ξεχωριστά. Επιλέχθηκαν και δημιουργήθηκαν τρία επίπεδα της κάθε κατάστασης

Το επίπεδο I (τιμή -1) : δεν υπάρχει καμία διαφορά ανάμεσα στη κατάσταση που υπάρχει στην Ελλάδα και αυτής που θα έπρεπε να υπάρχει

Το επίπεδο II (τιμή 0) : υπάρχει κάποια ασήμαντη έως μικρή διαφορά που χρειάζεται να καλυφθεί για να υπάρχει το επιθυμητό επίπεδο ικανοποίησης

Το επίπεδο III (τιμή +1) : υπάρχει μεγάλη διαφορά και χρειάζεται μεγάλες προσπάθειες για να φθάσουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα

Όσον αφορά την “ευκολία χρήσης” το 55,1 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 23,6% ότι δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 21,4% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι 1 στους πέντε δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά την “ευκολία χρήσης” το 55,1 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 23,6% δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 21,4% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι ένας στους πέντε δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά την “προσωπική επαφή” το 47,2 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 28,7% δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 24,2% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι ένας στους τέσσερις δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά την “υπηρεσίες” το 53,9 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 20,2% δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 25,9% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι ένας στους τέσσερις δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά τη “σιγουριά” το 88,2% βρίσκει ότι δεν υπάρχει διαφορά από το ιδεατό ενώ μόνο το 11,8% βρίσκει ότι υπάρχει απόκλιση και υπολείπεται του επιθυμητού. Αυτός είναι και ο λόγος που σήμερα η εμπιστοσύνη στις συναλλαγές μέσω ATM έχει τόσο μεγάλη αποδοχή (σχεδόν το 70% των ερωτηθέντων κάνει τουλάχιστον κάποιες από τις συναλλαγές του μέσω ATM) ενώ **οι συναλλαγές σε ATM έχουν πολύ υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης (μέση τιμή εμπιστοσύνης 5,57 με μέγιστη το 7,0)**. Παρατηρώντας τα κοινά χαρακτηριστικά των μεταβλητών προχωρήσαμε στη σύνθεση τους (ίσως τελικά να έπρεπε να κρατηθεί η μεταβλητή “σιγουριά-ασφάλεια” ως ανεξάρτητη, αλλά δεν έχει και τόση σημασία για να επανέλθουμε)

COMPUTE ATM=Median(ευκολίαχρ,επαφή,υπηρεσίες,σιγουριά).
EXECUTE.

Παρατηρούμε ότι και η νέα μεταβλητή που δημιουργήσαμε, μεταβλητή ATM για τη συνέχεια, παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με τις συνιστώσες της και έντονη θετική κύρτωση ($\sigma = 0,563$) που σημαίνει ότι η μεγάλη πλειοψηφία των απαντήσεων βρίσκεται στο αριστερό κομμάτι της καμπύλης αλλά υπάρχει μεγάλη ουρά προς το δεξιό τέλος της κατανομής, όπως και οι κατανομές συχνοτήτων το μαρτυρούν.

	N	Mean	Std. Deviation	Varian ce	Skewness	
	Statisti c	Statisti c	Statistic	Statisti c	Statisti c	Std. Error
ATM	178	-,27	,693	,480	,563	,182
Valid N (listwise)	178					

Αντίθετα η κατανομή των συχνοτήτων στον επόμενο πίνακα μας δείχνει ότι **το 48,3% των απαντήσεων θεωρεί ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στο τι θα περίμεναν από τις συναλλαγές τους στα ATM και τι πραγματικά αντιμετωπίζουν**. Μόνο το 19,1% θεωρεί ότι στην Ελλάδα οι συναλλαγές στα ATM υπολείπονται του απαιτούμενου, ποσοστό μικρό μεν αλλά σημαντικό για τη γενίκευση αυτού του τύπου συναλλαγών.

	Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
-1	56	20,0	31,5	31,5
-1	19	6,8	10,7	42,1
-1	11	3,9	6,2	48,3
0	18	6,4	10,1	58,4
0	32	11,4	18,0	76,4
0	8	2,9	4,5	80,9
1	4	1,4	2,2	83,1
1	9	3,2	5,1	88,2
1	21	7,5	11,8	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missin g	102	36,4		
Total	280	100,0		

Ο πίνακας με τους συντελεστές συσχέτισης μας επιβεβαιώνει την **ορθότητα της απόφασης για ενοποίηση των επιμέρους μεταβλητών σε μία, την μεταβλητή με την ονομασία ATM**. Πράγματι ενώ υπάρχουν υψηλοί συντελεστές Pearson συσχέτισης μεταξύ των 4 επί μέρους μεταβλητών (συντελεστές της τάξης του 0,70) με επικρατούσα στατιστική σημαντικότητα (Sig $p < 0,001$) οι συντελεστές συσχέτισης Pearson που έχει η νέα τελική μεταβλητή "ATM" είναι ακόμη υψηλότεροι (στη περιοχή του 0,87)

Correlations

		ευκολία χρ	επαφ ή	υπηρεσί ες	σιγου ριά	ATM
ευκολίαχρ	Pearson Correlation	1	,722**	,735**	,682**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
επαφή	Pearson Correlation	,722**	1	,657**	,702**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
υπηρεσίες	Pearson Correlation	,735**	,657**	1	,694**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
σιγουριά	Pearson Correlation	,682**	,702**	,694**	1	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
ATM	Pearson Correlation	,871**	,867**	,864**	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
N		178	178	178	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Εξετάζεται στη συνέχεια η θεώρηση που έχουν οι επιμέρους δημογραφικές ομάδες στην αντιμετώπιση και τη κριτική των συναλλαγών στα ATM. Για την αξιολόγηση των απαντήσεων χρησιμοποιήθηκε η σύγκριση των μέσων όρων βάσει των αποτελεσμάτων των t-test ανεξαρτησίας

Για τα αποτελέσματα στην αξιολόγηση των συναλλαγών ATM από τα δύο φύλα δεν εμφανίζεται κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων καθώς έχουμε $F(1,175) = 0,043$ με Sig. $p = 0,835 > 0,05$

Independent Samples Test

	Levene's Test		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	,043	,835	-1,426	175	,156	-,148	,104	-,354	,057
Equal variances not assumed			-1,424	173,190	,156	-,148	,104	-,354	,057

Για τα αποτελέσματα στην αξιολόγηση των συναλλαγών ATM ανάλογα με τα επίπεδα ηλικίας, μεταξύ των ομάδων "μικρότερος από 25 ετών" και "από 25 έως 45" δεν εμφανίζεται κάποια σημαντική διαφορά μεταξύ των μέσων τιμών καθώς έχουμε τις μέσες τιμές επιπέδου -0,25 και -0,25 αντίστοιχα. Επισημαίνουμε για να είναι πάντα φανερό ότι οι τιμές αυτές είναι scale και όχι nominal.

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
A	1	108	-,25	,690	,066
T	2	56	-,24	,696	,093

και δεν εμφανίζεται κάποια στατιστικά σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο ομάδων καθώς έχουμε $F(1,162) = 0,100$ με $\text{Sig. } p = 0,752 > 0,05$

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	,100	,752	-,158	162	,875	-,018	,114	-,243	,207
Equal variances not assumed			-,158	110,569	,875	-,018	,114	-,245	,209

Από τις τιμές των πινάκων με τα αποτελέσματα όλων των t-test ανεξαρτησίας μεταξύ όλων των ομάδων όλων των δημογραφικών μεταβλητών που παρουσιάζονται στο παράρτημα 4 καταλήγουμε στις εξής παρατηρήσεις :

1. Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά των μέσων τιμών ΟΛΩΝ των ηλικιακών ομάδων ούτε και διαφορά της μεταβλητότητας τους ως προς το πώς προσεγγίζουν τις συναλλαγές στα ΑΤΜ.
2. Το επίπεδο μόρφωσης δεν επηρεάζει σημαντικά τις απόψεις και κριτικές που υπάρχουν για τις συναλλαγές σε ΑΤΜ. Απλά όπως φαίνεται από τον επόμενο πίνακα με τις μέσες τιμές

Μέσες τιμές για τα επίπεδα μόρφωσης

Μέση τιμή	Χαμηλό επίπεδο μόρφωσης	Απόφοιτος δευτεροβάθμιας	Απόφοιτος τριτ/μιας ή Διδακτορικό
		-0,34	-0,30

όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο μόρφωσης τόσο πιο κριτικά στέκονται στα χαρακτηριστικά των συναλλαγών σε ΑΤΜ χωρίς όμως να αλλάζει η μέση αίσθηση που υπάρχει. Να σημειωθεί ότι είναι πιθανόν η μη κανονική κατανομή των απαντήσεων (150 απαντήσεις ή το 84,2% προέρχονται από άτομα της ομάδας 3 (τριτ/μια εκπαίδευση ή διδακτορικό) να επηρεάζει τη μέση τιμή των μεταβλητών.

3. Όσον αφορά το εισόδημα η ανάλυση των απαντήσεων δείχνει ότι υπάρχει μια σαφής στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση των αποκρίσεων για τις ομάδες εισοδημάτων "εισόδημα μικρότερο από 25,000 €" και "εισόδημα μεταξύ 25 και 50,000 €" ενώ δεν υπάρχει διαφοροποίηση των ομάδων αυτών με τη τρίτη ομάδα "εισόδημα άνω των 50,000 ". Η ιδιαιτερότητα αυτή εμφανίζεται τόσο στο συντελεστή του Levene's test (Sig p = 0,041 < 0,05) όσο και στο Sig. (2-tailed) = 0,033 < 0,05 αλλά πρέπει μάλλον να αποδοθεί στη ιδιαιτερότητα της κατανομής των πληθυσμών των ομάδων (το 75% των απαντήσεων προέρχεται από άτομα της εισοδηματικής ομάδας χαμηλών εισοδημάτων)
4. Η διαφορά στις μέσες τιμές των εκτιμήσεων όμως είναι σημαντική και επιπλέον παρουσιάζεται αντιστροφή, επομένως παρουσιάζει ενδιαφέρον να διερευνηθούν οι λόγοι που την προκαλούν.

Μέσες τιμές για τα επίπεδα μόρφωσης

Μέση τιμή	Χαμηλό επίπεδο μόρφωσης	Απόφοιτος δευτεροβάθμιας	Απόφοιτος τριτ/μιας ή Διδακτορικό
	-0,21	-0,43	-0,48

5. Όσον αφορά την ασχολία από τον πίνακα αποτελεσμάτων των t-test φαίνεται ότι δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ούτε στη διακύμανση στο εσωτερικό των ομάδων (Levene's test $F > 0,05$) ούτε στις μέσες τιμές που προκύπτουν (Sig. (2-tailed) για όλες τις ομάδες $>0,05$)

6.5 Η ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ

Αφού λοιπόν ορίστηκαν οι δημογραφικές μεταβλητές και αναλύθηκαν οι σχέσεις που υπάρχουν μεταξύ τους αρχίζουμε και αναλύουμε ένα-ένα τα χαρακτηριστικά που αναφέρονται στην έρευνα.

Ο πρώτος παράγοντας που αναλύεται είναι η "συχνότητα των συναλλαγών". Κατ' αρχήν χρειάζεται να γίνει κατανοητό τι εννοούμε ακριβώς ως "συχνότητα". Οι ομάδες καθορίστηκαν ως εξής:

"Δε μου αρέσουν αλλά κάποιες φορές τις χρησιμοποιώ" = 1

"Αν μπορούσα θα τις χρησιμοποιούσα περισσότερο" = 2

"Όλες οι συναλλαγές μου γίνονται εξωτραπεζικά" = 3

Η σωστή επομένως διάσταση είναι η προτίμηση για τη διενέργεια εξωτραπεζικών συναλλαγών και όχι η συχνότητα με τη χρονική διάσταση του όρου.

1. ONEWAY συχνότητα BY φύλο

Descriptives

Συχνότητα

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	88	2,06	,793	,085	1,89	2,22	1	3
2	83	1,94	,802	,088	1,76	2,11	1	3
Total	171	2,00	,797	,061	1,88	2,12	1	3

POSTHOC=TUKEY ALPHA(0.05).

Τα δύο φύλα έχουν σχεδόν κοινή μέση απάντηση στην ερώτηση «πόσο συχνές» εξωτραπεζικές συναλλαγές που είναι ότι οι συναλλαγές που έχουν δεν είναι τόσο συχνές όσο θα το επιθυμούσαν (Μ.Ο. περίπου 2,0).

Test of Homogeneity of Variances

Συχνότητα

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,038	1	169	,846

Τα αποτελέσματα από το Levene's test που είναι ο έλεγχος για τις ίδιες μεταβλητότητες (test for homogeneity of variance) δείχνουν ότι για $F(1,169) = 0,038$ Sig. = 0.846 > 0,05 και επομένως η μεταβλητότητα είναι ίδια και για τις δύο ομάδες.

ANOVA

Συχνότητα

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,585	1	,585	,921	,339
Within Groups	107,415	169	,636		
Total	108,000	170			

Καθώς $M.S. Error between / M.S. Error within = 0,585/0,636 = 0,921$ έχουμε Sig. = 0.339 > 0,05 και επομένως **δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων ως προς τη συχνότητα**

εκτέλεσης εξωτραπεζικών συναλλαγών. Στο ίδιο συμπέρασμα καταλήγουμε και μετά την εκτέλεση των τεστ Welch ή Brown-Forsythe

Robust Tests of Equality of Means

συχνότητα

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	,920	1	168,184	,339
Brown-Forsythe	,920	1	168,184	,339

a. Asymptotically F distributed.

Η διεξαγωγή μιας ανάλυσης one-way ANOVA μας δίνει ότι **δεν υπάρχει σημαντική στατιστική διαφορά μεταξύ των δύο φύλων στη συχνότητα των συναλλαγών μεταξύ των δύο φύλων** και όπως είναι λογικό οι διαφορές των μέσων τιμών είναι πολύ μικρή.

2. ONEWAY συχνότητα BY ηλικία

Έχουμε λοιπόν τον πίνακα

Descriptives

συχνότητα

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					1	103		
2	56	2,25	,792	,106	2,04	2,46	1	3
3	13	1,62	,870	,241	1,09	2,14	1	3
Total	172	2,00	,795	,061	1,88	2,12	1	3

Οι ηλικιακές ομάδες που δημιουργήθηκαν είναι

1^η ομάδα : μέχρι 25 χρονών (103 απαντήσεις ή 59,9% του συνόλου)

2^η ομάδα : 25-45 χρονών (56 απαντήσεις ή 32,6% του συνόλου)

3^η ομάδα : άνω των 45 χρονών (13 απαντήσεις ή 7,6% του συνόλου)

Από τον πίνακα των Descriptives φαίνεται ότι στην ηλικιακή ομάδα των “άνω των 45” υπάρχει ένας προβληματισμός για τη διενέργεια των εξωτραπεζικών συναλλαγών σε σχέση με τις άλλες δύο ομάδες (μικρότερη μέση τιμή 1,62) χωρίς όμως να είναι ξεκάθαρη η διάθεση αυτή. Αντίθετα η ηλικιακή ομάδα από “25 έως 45” εμφανίζει τη μεγαλύτερη αποδοχή των εξωτραπεζικών συναλλαγών με μέση τιμή 2,25

Test of Homogeneity of Variances

συχνότητα

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,414	2	169	,246

Όπως δείχνει και το Levene’s test έχουμε $F(2,169) = 1,414$ με σημαντικότητα $Sig=0,246 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

ANOVA

συχνότητα

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,209	2	3,105	5,155	,007
Within Groups	101,791	169	,602		
Total	108,000	171			

Παρατηρούμε ότι η one-way ANOVA ανάλυση μας δίνει ένα συντελεστή στατιστικής σημαντικότητας $Sig = 0,007 < 0,05$ και επομένως οι τρεις ηλικιακές ομάδες παρουσιάζουν μια σημαντική στατιστική διαφορά μεταξύ τους χωρίς ακόμη να είναι γνωστό ποιες είναι οι ομάδες που διαφέρουν και για το λόγο αυτό γίνεται το Post Hoc Multiple comparison Test

Multiple Comparisons

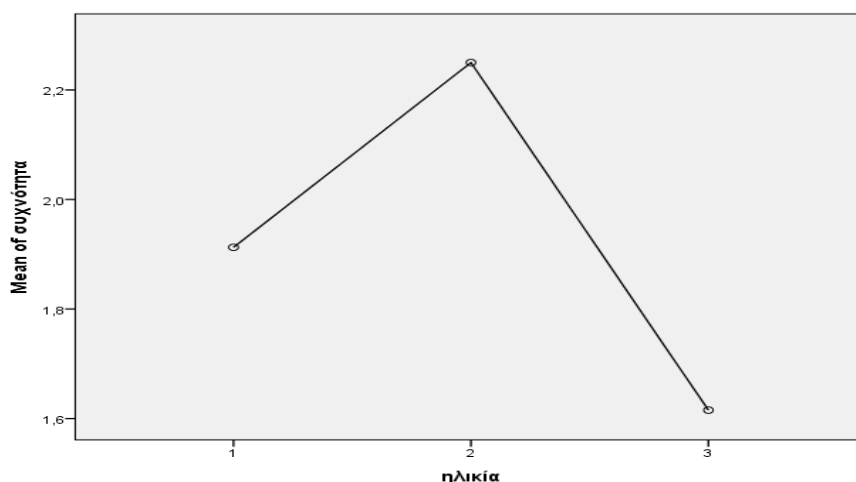
Dependent Variable: συχνότητα

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,337*	,129	,026	-,64	-,03
	3	,297	,228	,396	-,24	,84
2	1	,337*	,129	,026	,03	,64
	3	,635*	,239	,023	,07	1,20
3	1	-,297	,228	,396	-,84	,24
	2	-,635*	,239	,023	-1,20	-,07

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Φαίνεται ότι η ηλικιακή ομάδα “ από 25 έως 45 χρονών” διαφέρει και με την ομάδα “μέχρι 25 χρονών ” (Sig = 0,026<0,05) και με την ομάδα “άνω των 45 χρονών” (Sig = 0,023<0,05) ως προς την αποδοχή των εξωτραπεζικών συναλλαγών κάτι που γίνεται κατανοητό παρατηρώντας το πιο κάτω σχήμα. Αντίθετα, οι ομάδες “μέχρι 25 χρονών ” και “άνω των 45 χρονών” δε παρουσιάζουν διαφορές μεταξύ τους (Sig. =0.396 > 0,05)



Η ομάδα των “ηλικίας 25 έως 45 χρονών” που αποτελεί και τη πιο δυναμική ομάδα των ενεργών πελατών όσον αφορά τη συχνότητα των συναλλαγών **βρίσκεται σε μια περιοχή όπου “ αν μπορούσε θα έκανε και άλλες συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής”** (μέση τιμή 2,25), μήνυμα που πρέπει να λάβουν και να επεξεργασθούν οι τραπεζικοί οργανισμοί.

3. ONEWAY συχνότητα BY εισόδημα

Descriptives

συχνότητα

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	130	1,96	,782	,069	1,83	2,10	1	3
2	35	2,09	,818	,138	1,80	2,37	1	3
3	7	2,29	,951	,360	1,41	3,17	1	3
Total	172	2,00	,795	,061	1,88	2,12	1	3

Οι

μέσοι όροι δείχνουν ότι και για τις τρεις ομάδες εισοδημάτων δεν υπάρχουν μεγάλες διαφορές και η απάντηση είναι κοινή, δηλαδή ότι οι συναλλαγές που έχουν δεν είναι τόσο συχνές όσο θα το επιθυμούσαν. Παρατηρείται μια μικρή διαφοροποίηση για την ομάδα εισοδημάτων άνω των 50,000 € προς την πλευρά «όλων των συναλλαγών» αλλά χωρίς να είναι ακόμη ξεκάθαρη

Παρατηρούμε επίσης ότι οι μέσες τιμές στις τρεις ομάδες παρουσιάζουν διαφορές μεταξύ τους χωρίς όμως να βγαίνουν εκτός της κοινής περιοχής των διαφόρων ζωνών εύρους που προσδιορίζονται από τη στατιστική επεξεργασία

Test of Homogeneity of Variances

συχνότητα

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,744	2	169	,477

Όπως δείχνει και το Levene's test έχουμε $F(2,169) = 0,744$ με σημαντικότητα $Sig=0,477 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ

ANOVA

τους.

συχνότητα

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,021	2	,510	,806	,448
Within Groups	106,979	169	,633		
Total	108,000	171			

Μετά την εκτέλεση της ANOVA έχουμε $\text{Sig.} = 0.448 > 0,05$ και επομένως δεν υπάρχει σημαντική στατιστική διαφορά μεταξύ των τριών εισοδηματικών ομάδων. Το ίδιο συμπεραίνουμε και από τα τεστ Welch ή Brown-Forsythe ($\text{Sig.} = 0.544 > 0,05$ και $\text{Sig.} = 0.530 > 0,05$)

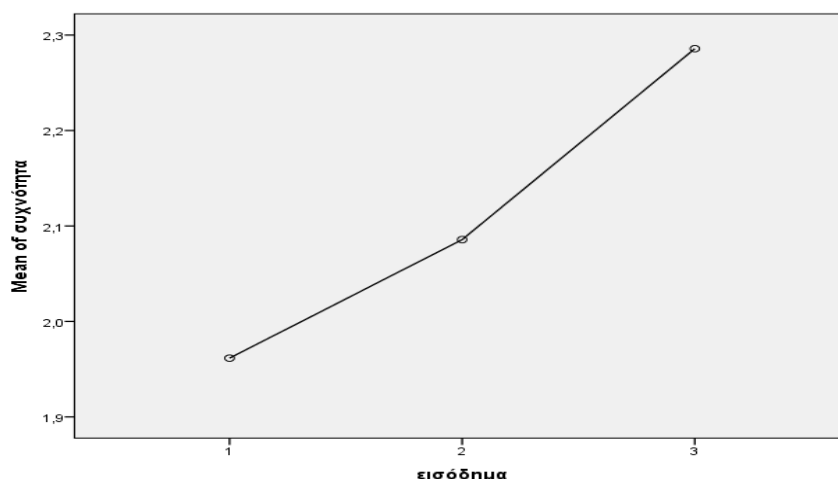
Robust Tests of Equality of Means

συχνότητα

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	,633	2	15,071	,544
Brown-Forsythe	,659	2	17,917	,530

a. Asymptotically F distributed.

Εφόσον δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις ομάδες εισοδημάτων δε χρειάζεται να αναζητήσουμε το πίνακα Multiple Comparisons ούτε Homogenous Subsets output.



Όπως φαίνεται και από το γράφημα η **συχνότητα των συναλλαγών μέσω e-banking αυξάνει όσο αυξάνει και το εισόδημα των ατόμων**. Προφανώς γιατί το αυξημένο εισόδημα έχει αυξημένες απαιτήσεις διενέργειας συναλλαγών ενώ παράλληλα οι αυξημένες απαιτήσεις προκαλούν και μια επιπλέον εξοικείωση.

4. ONEWAY συχνότητα BY ασχολία

Διακρίνονται τέσσερις ομάδες

Φοιτητής = 1

Υπάλληλος = 2

Ελεύθ. Επαγγελματίας = 3

Άλλο (αγρότης, συντ/χος, άλλο) = 4

Descriptives

συχνότητα

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	74	2,03	,776	,090	1,85	2,21	1	3
2	54	2,00	,869	,118	1,76	2,24	1	3
3	18	2,11	,758	,179	1,73	2,49	1	3
4	26	1,85	,732	,143	1,55	2,14	1	3
Total	172	2,00	,795	,061	1,88	2,12	1	3

Οι μέσοι όροι δείχνουν ότι και για τις τέσσερις ομάδες απασχόλησης η απάντηση είναι κοινή, δηλαδή ότι οι συναλλαγές που έχουν δεν είναι τόσο συχνές όσο θα το επιθυμούσαν. Παρατηρείται μια μικρή διαφοροποίηση για την ομάδα των "άλλη ασχολία" όπου ο μέσος όρος χωρίς να απομακρύνεται πολύ βρίσκεται λίγο πιο κάτω από το σύνηθες επίπεδο.

Test of Homogeneity of Variances

συχνότητα

LeveneStatistic	df1	df2	Sig.
1,202	3	168	,311

Τα αποτελέσματα από το Levene's test που είναι ο έλεγχος για τις ίδιες μεταβλητότητες (test for homogeneity of variance) δείχνουν ότι για $F(3,168) = 1,202$ Sig. = 0.311 > 0,05 και επομένως η μεταβλητότητα είναι ίδια και για όλες τις ομάδες.

Robust Tests of Equality of Means

συχνότητα

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	,529	3	56,985	,664
Brown-Forsythe	,487	3	109,713	,692

a. Asymptotically F distributed.

Το ίδιο συμπεραίνουμε και από τα τεστ Welch ή Brown-Forsythe (Sig. =0.664> 0,05 και Sig. =0.692> 0,05)

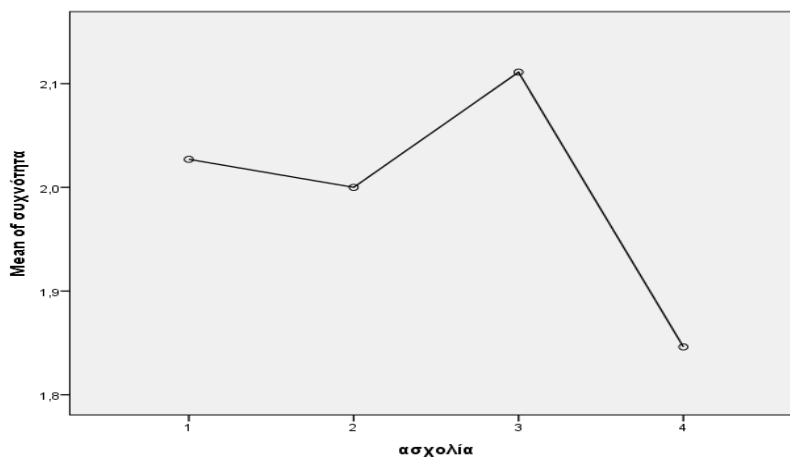
Multiple Comparisons

Dependent Variable: συχνότητα

Tukey HSD

(I) ασχολία	(J) ασχολία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,027	,143	,998	-,34	,40
	3	-,084	,210	,978	-,63	,46
	4	,181	,182	,753	-,29	,65
2	1	-,027	,143	,998	-,40	,34
	3	-,111	,217	,956	-,68	,45
	4	,154	,191	,851	-,34	,65
3	1	,084	,210	,978	-,46	,63
	2	,111	,217	,956	-,45	,68
	4	,265	,245	,701	-,37	,90
4	1	-,181	,182	,753	-,65	,29
	2	-,154	,191	,851	-,65	,34
	3	-,265	,245	,701	-,90	,37

Δεν υπάρχει λόγος για εκτέλεση του Multiple Comparisons τεστ



Η χαμηλότερη συχνότητα συναλλαγών της 4^{ης} ομάδας "Διαφορετικές ασχολίες" είναι αποτέλεσμα που οφείλεται περισσότερο στη μη τήρηση προϋποθέσεων στην ανάλυση παρά σε πραγματική κατάσταση.

5. ONEWAY συχνότητα BY μόρφωση

Διακρίνονται τρία μορφωτικά επίπεδα

1. Δημοτικό
2. Λύκειο
3. Ανωτέρα/ανωτάτη

Descriptives

συχνότητα

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
					1	6		
2	20	1,90	,912	,204	1,47	2,33	1	3
3	146	2,01	,792	,066	1,88	2,14	1	3
Total	172	2,00	,795	,061	1,88	2,12	1	3

Οι μέσοι όροι δείχνουν ότι και για τις τρεις ομάδες εισοδημάτων η απάντηση είναι κοινή, δηλαδή ότι οι συναλλαγές που έχουν δεν είναι τόσο συχνές όσο θα το επιθυμούσαν.

Test of Homogeneity of Variances

συχνότητα

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3,188	2	169	,044

Λόγω της υπερβολικής διαφοράς των πληθυσμών υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση της ομοιογένειας των ομάδων και αυτό το συμπέρασμα μας δίνει και το Levene's test (Sig = 0,044 < 0,05)

ANOVA

συχνότητα

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	,374	2	,187	,293	,746
Within Groups	107,626	169	,637		
Total	108,000	171			

Μετά την εκτέλεση της ANOVA έχουμε Sig. = 0.746 > 0,05 και επομένως δεν υπάρχει σημαντική στατιστική διαφορά μεταξύ των τριών ομάδων, μόρφωσης.

Robust Tests of Equality of Means

συχνότητα

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	,552	2	13,437	,588
Brown-Forsythe	,377	2	29,152	,689

a. Asymptotically F distributed.

Το ίδιο συμπεραίνουμε και από τα τεστ Welch ή Brown-Forsythe (Sig. =0.588> 0,05 και Sig. =0.689> 0,05)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: συχνότητα

Tukey HSD

(I) μόρφωση	(J) μόρφωση	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,267	,371	,753	-,61	1,15
	3	,160	,332	,880	-,63	,95
2	1	-,267	,371	,753	-1,15	,61
	3	-,107	,190	,841	-,56	,34
3	1	-,160	,332	,880	-,95	,63
	2	,107	,190	,841	-,34	,56

6.6 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΜΕ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ

INTERNET BANKING

6.6.1 Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Πρόκειται για 14 ερωτήσεις που εύκολα μπορούν να ταξινομηθούν σε 4 κατηγορίες η καθεμία από τις οποίες εκφράζει και μια διαφορετική παράμετρο που πρέπει να ικανοποιείται από τις εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές Αυτές οι κατηγορίες είναι:

- Η φυσική ευκολία για να γίνουν οι συναλλαγές (Κ1)
- Οι υπηρεσίες που προσφέρονται (Κ2)
- Η αίσθηση της «επαφής που υπάρχει» με τη τράπεζα (Κ3)

- Η ασφάλεια των συναλλαγών (Κ4)

Οι ερωτήσεις που επιλέχθηκαν είναι οι εξής:

(q1) πόσο εύκολες στη χρήση τους είναι οι τραπεζικές συναλλαγές (Τ.Σ.)

(q2) αν οι Τ.Σ. είναι διαθέσιμες συνεχώς

(q3) αν καλύπτεται όλη η γκάμα των Τ.Σ.

(q4) ποιά είναι η ταχύτητα των συναλλαγών

(q5) αν υπάρχει έντυπη πληροφόρηση

(q6) αν γίνονται διευκολύνσεις (π.χ. άνοιγμα λογαριασμών)

(q7) πόσο ακριβείς είναι οι συναλλαγές που γίνονται

(q8) αν εκδίδονται αποδείξεις

(q9) αν φαίνεται το ιστορικό των συναλλαγών

(q10) αν παρέχονται εξατομικευμένες υπηρεσίες

(q11) αν παρέχονται ειδικές υπηρεσίες για ευπαθείς ομάδες

(q12) αν γίνεται διαχείριση παραπόνων

(q13) αν υπάρχει αναλυτική πληροφόρηση

(q14) αν υπάρχει ασφάλεια στις συναλλαγές

Από τις ερωτήσεις αυτές οι q1, q2, q4 και q11 ανήκουν στη κατηγορία Κ1, δηλαδή αφορούν το πώς οι Τ.Σ. γίνονται στη (δυσκολίες σε προσβασιμότητα, διαθεσιμότητα, χάσιμο χρόνου). Οι ερωτήσεις q5, q8, q10, q12, αφορούν την «επαφή» που κάθε πελάτης ζητάει να έχει με εκείνον με τον οποίο συναλλάσσεται (Κ3). Οι ερωτήσεις q3, q6, q13 αφορούν το είδος των υπηρεσιών που παρέχονται (Κ2) ενώ οι q7, q9, q14 αφορούν την ασφάλεια των συναλλαγών (Κ4).

Οι απαντήσεις που θα δοθούν μπορεί να είναι το καθένα από τα 7 σημεία της κλίμακας Likert με αρίθμηση από το 1 έως το 7 όπου το 1 αντιστοιχεί στην απάντηση «Διαφωνώ απόλυτα» και κλιμακώνονται μέχρι το 7 που αντιστοιχεί στην απάντηση «Συμφωνώ απολύτως».

Οι ίδιες ερωτήσεις γίνονται πρώτα στη λογική της προσδοκίας, πώς πιστεύουν δηλαδή οι ερωτώμενοι ότι πρέπει να είναι οι εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές (προσδοκίες, Πj) και οι ίδιες

ερωτήσεις με το πώς πιστεύουν ότι είναι οι εξωτερικές Τ.Σ. σήμερα στην Ελλάδα (υφιστάμενη κατάσταση, Rj)

Αν η διαφορά $P_j - R_j$ είναι μηδέν ή κοντά στο μηδέν θεωρείται ότι η απάντηση δείχνει ικανοποίηση, ενώ όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της διαφοράς τόσο λιγότερη είναι η ικανοποίηση που δείχνουν οι πελάτες από τις εξωτερικές Τ.Σ. στην Ελλάδα

Όλες οι απαντήσεις κανονικοποιήθηκαν ώστε να υπάρχουν τρία μόνο επίπεδα

Το επίπεδο -1 : σημαίνει ότι δεν υπάρχει καθόλου ή υπάρχει πολύ μικρή διαφορά (0 ή 1 μονάδα κλίμακας) ανάμεσα στις προσδοκίες που έχουν οι πελάτες και στο επίπεδο των υπηρεσιών που θεωρούν ότι παρέχονται στην Ελλάδα.

Το επίπεδο 0 : σημαίνει ότι υπάρχει μια διαφορά μεταξύ των δύο αλλά είναι μικρή (2 ή 3 μονάδες) και δεν αποτελεί αντικίνητρο στην διενέργεια εξωτερικών Τ.Σ.

Το επίπεδο τιμών +1 : οι διαφορές είναι από 3 μονάδες και πάνω και οπωσδήποτε οδηγούν σε μια κατάσταση μη ικανοποίησης ενώ παράλληλα φρενάρουν οποιαδήποτε προσπάθεια για συμμετοχή σε εξωτερικές Τ.Σ.. Ο πίνακας με τις κανονικοποιημένες τιμές δίνεται στο παράρτημα Αθηνά.xls (φύλλο 6).

Στη συνέχεια θα χρησιμοποιήσουμε την **ανάλυση αξιοπιστίας Cronbach alpha** για να ελέγξουμε την εσωτερική συνοχή των 14 ομάδων (ομάδα που σχηματίζεται από τις απαντήσεις σε μια ερώτηση) έτσι ώστε να γίνει ένας αρχικός καθαρισμός της κλίμακας από τυχόν ομάδες που η εσωτερική συνοχή τους δεν ταιριάζει με το σύνολο.

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,888	,877	14

Προσδιορίστηκε για το λόγο αυτό ο συντελεστής Cronbach's Alpha ο οποίος βρέθηκε να είναι 0,888 τιμή που δείχνει ότι πράγματι **υπάρχει εσωτερική συνοχή στις διάφορες ομάδες απαντήσεων.**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
quo1	-2,40	51,722	-,491	,294	,909
quo2	-1,20	42,272	,614	,540	,878
quo3	-1,37	41,081	,612	,515	,878
quo4	-1,92	42,123	,492	,289	,885
quo5	-1,26	40,919	,690	,547	,874
quo6	-1,83	42,288	,494	,327	,884
quo7	-1,04	44,128	,689	,565	,879
quo8	-1,45	41,266	,677	,575	,875
quo9	-1,44	42,022	,688	,556	,876
quo10	-1,58	43,115	,418	,293	,888
quo11	-1,62	40,180	,711	,595	,873
quo12	-1,71	40,319	,741	,629	,872
quo13	-1,65	40,885	,712	,591	,873
quo14	-1,58	40,741	,716	,641	,873

Η παρατήρηση αυτή ενισχύεται από το γεγονός ότι στον πίνακα Item-Total Statistics ο συντελεστής δεν βελτιώνεται αν αφαιρεθεί κάποια ερώτηση εκτός από τη περίπτωση της quo1 της οποίας η μη συμβατότητα της εσωτερικής δομής της πρέπει να αναζητηθεί σε αίτια του τρόπου ερμηνείας της ερώτησης, υπάρχει πιθανόν μια μερική ασάφεια αν το εύκολη στη χρήση αναφέρεται σε φυσική ευκολία ή σε γνωστική ευκολία.

Στη συνέχεια αναζητήθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά (μέση τιμή και διακύμανση) για κάθε μια από τις 14 ομάδες (μεταβλητές) απαντήσεων προχωρώντας την ανάλυση στις κανονικοποιημένες τιμές των απαντήσεων. Δηλαδή αν

Η διαφορά “αντίληψη αξίας –αντίληψη πραγματικότητας” = 0 ή αρνητική τότε -1

Αν η διαφορά “αντίληψη αξίας –αντίληψη πραγματικότητας” = 1 ή 2 τότε 0

Αν η διαφορά “αντίληψη αξίας –αντίληψη πραγματικότητας” > 2 τότε 1

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
qυο1	,71	,456	178
qυο2	-,50	,738	178
qυο3	-,33	,875	178
qυο4	,22	,903	178
qυο5	-,43	,808	178
qυο6	,13	,879	178
qυο7	-,66	,476	178
qυο8	-,25	,785	178
qυο9	-,25	,696	178
qυο10	-,12	,878	178
qυο11	-,07	,864	178
qυο12	,02	,820	178
qυο13	-,05	,790	178
qυο14	-,11	,802	178

Όπως φαίνεται από τον πίνακα αποτελεσμάτων οι μέσες τιμές εκτείνονται από τη τιμή -0.66 για την qυο7 μέχρι τη τιμή 0,71 για την qυο1. Ας εστιάσουμε για λίγο στις δύο αυτές ερωτήσεις.

Η qυο7 είναι η ερώτηση που λέει ότι “οι συναλλαγές στην ηλεκτρονική τραπεζική πρέπει να εκτελούνται με ακρίβεια” και η απάντηση με -0,66 συνεπάγεται ότι λίγο πολύ όλοι συμφωνούν ότι δεν υπάρχει παρόμοιο πρόβλημα στην Ελλάδα, δείχνουν επομένως ικανοποιημένοι.

Αντίθετα στην ερώτηση qυο1 αν “οι συναλλαγές με την ηλεκτρονική τραπεζική είναι εύκολες στη χρήση” οι απαντήσεις έδειξαν ότι στη πλειοψηφία τους δεν θεωρείται ότι πράγματι στην Ελλάδα οι εν λόγω υπηρεσίες είναι εύκολες στη χρήση τους και επομένως **δεν υπάρχει ικανοποίηση από την ευκολία χρήσης των συναλλαγών στο e-banking.**

Διαπιστώνουμε επίσης ότι οι απαντήσεις στις κατηγορίες αυτές έχουν και τη μικρότερη διακύμανση, υπάρχει δηλαδή μια ευρύτερη κοινή άποψη για την εικόνα που παρουσιάζεται.

Είναι σημαντικό να παρατηρήσουμε ότι ενώ υπάρχουν αρκετές ερωτήσεις που συγκεντρώνουν απαντήσεις με μέσες τιμές έντονα αρνητικές (δεν υπάρχει αισθητή διαφορά) δεν υπάρχουν

αντίστοιχες υψηλές θετικές απαντήσεις, δείγμα ότι δεν υπάρχουν άλλα σημεία που παρατηρούνται αισθητές διαφορές. Η επόμενη ερώτηση είναι η ερώτηση qm04 που αναφέρεται στον “κρίσιμο χρόνο αναμονής” ένα χαρακτηριστικό μάλλον υποκειμενικό όπου η μέση τιμή είναι 0,22. Αντίθετα στη κρίσιμη ερώτηση qm02 για τη διαθεσιμότητα των σημείων ηλεκτρονικής τραπεζικής, ATM ή το site της τράπεζας, οι απαντήσεις δείχνουν ότι **ενώ θεωρείται σημαντικό χαρακτηριστικό (μέσος όρος της αντιλαμβανόμενης αξίας 6,327), θεωρείται ότι δεν υπάρχει πρόβλημα με την υπάρχουσα κατάσταση στην Ελλάδα** εφόσον ο μέσος όρος για την qm02 είναι -0,50. Το ίδιο συμβαίνει και για την ερώτηση qm05 που είναι σχετική με την “πληροφόρηση και τις οδηγίες χρήσης που υπάρχουν διαθέσιμες” και όπου η μέση αξιολόγηση της ερώτησης έχει μέση τιμή 5,45 ενώ η αίσθηση της διαφοράς είναι μικρή, με μέση τιμή -0,43.

Για όλες τις άλλες ερωτήσεις η εικόνα είναι ότι με τις απαντήσεις τους **οι πελάτες θεωρούν ότι υπάρχουν μικρά περιθώρια βελτίωσης να και σε γενικές γραμμές είναι ικανοποιημένοι**. Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει τις απαντήσεις εκείνες που πλησιάζουν τα άλλα ακραία περιθώρια των περιοχών ($-0,2 < \text{μέση τιμή} < 0,0$ και $0,0 < \text{μέση τιμή} < 0,2$). Πρόκειται για ομάδες απαντήσεων που έχουν και μεγάλη διακύμανση και περιβάλλουν τη περιοχή του 0 που δεν είναι κρίσιμη περιοχή για να πάρει κάποιος είτε θετικές ή αρνητικές αποφάσεις. Στη κατηγορία αυτή ανήκουν για παράδειγμα οι ομάδες qm11, qm12, qm13.

Το επόμενο βήμα είναι η αναζήτηση των συντελεστών συσχέτισης όπου διαφαίνεται ότι δεν υπάρχει ισχυρή συσχέτιση σε κανένα ζεύγος ερωτήσεων. Ο μεγαλύτερος συντελεστής συσχέτισης είναι μεταξύ των qm13 και qm14, που είναι 0,695 ενώ η πλειονότητα των συντελεστών βρίσκεται στη περιοχή 0,40-0,60 δείχνοντας μια χαλαρή συσχέτιση. Θεωρούμε λοιπόν ότι **η προσθήκη κάθε μιας από τις ερωτήσεις συμβάλει στην ερμηνεία της μεταβλητότητας των απαντήσεων**.

Inter-Item Correlation Matrix

	qu o1	qu o2	qu o3	qu o4	qu o5	qu o6	qu o7	qu o8	qu o9	qu o10	qu o11	qu o12	qu o13	qu o14
qu o1	1,000	-,470	-,442	-,255	-,391	-,225	-,421	-,361	-,341	-,171	-,341	-,380	-,323	-,399
qu o2	-,470	1,000	,599	,343	,573	,244	,571	,487	,490	,213	,394	,527	,441	,487
qu o3	-,442	,599	1,000	,328	,467	,382	,573	,398	,437	,265	,439	,544	,425	,486
qu o4	-,255	,343	,328	1,000	,448	,368	,324	,348	,403	,232	,346	,354	,364	,370
qu o5	-,391	,573	,467	,448	1,000	,297	,578	,569	,508	,302	,545	,505	,540	,552
qu o6	-,225	,244	,382	,368	,297	1,000	,294	,360	,343	,394	,400	,365	,384	,342
qu o7	-,421	,571	,573	,324	,578	,294	1,000	,591	,485	,286	,528	,535	,512	,590
qu o8	-,361	,487	,398	,348	,569	,360	,591	1,000	,661	,277	,506	,516	,508	,584
qu o9	-,341	,490	,437	,403	,508	,343	,485	,661	1,000	,275	,496	,562	,542	,607
qu o10	-,171	,213	,265	,232	,302	,394	,286	,277	,275	1,000	,443	,364	,325	,190
qu o11	-,341	,394	,439	,346	,545	,400	,528	,506	,496	,443	1,000	,688	,599	,576
qu o12	-,380	,527	,544	,354	,505	,365	,535	,516	,562	,364	,688	1,000	,638	,622
qu o13	-,323	,441	,425	,364	,540	,384	,512	,508	,542	,325	,599	,638	1,000	,695
qu o14	-,399	,487	,486	,370	,552	,342	,590	,584	,607	,190	,576	,622	,695	1,000

Όπως προαναφέρθηκε και φαίνεται και από τον πίνακα **Item-Total Statistics**, μετά τη στατιστική επεξεργασία των στοιχείων από τις ομάδες, αν διαγραφεί η πρώτη ομάδα ο συντελεστής Cronbach alpha βελτιώνεται και γίνεται 0,909 από 0,888.

Για να προχωρήσουμε σε περαιτέρω επεξεργασία για εξαγωγή συμπερασμάτων παρατηρούμε στο πίνακα **Item-Total Statistics**.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
qμο1	-2,40	51,722	-,491	,294	,909
qμο2	-1,20	42,272	,614	,540	,878
qμο3	-1,37	41,081	,612	,515	,878
qμο4	-1,92	42,123	,492	,289	,885
qμο5	-1,26	40,919	,690	,547	,874
qμο6	-1,83	42,288	,494	,327	,884
qμο7	-1,04	44,128	,689	,565	,879
qμο8	-1,45	41,266	,677	,575	,875
qμο9	-1,44	42,022	,688	,556	,876
qμο10	-1,58	43,115	,418	,293	,888
qμο11	-1,62	40,180	,711	,595	,873
qμο12	-1,71	40,319	,741	,629	,872
qμο13	-1,65	40,885	,712	,591	,873
qμο14	-1,58	40,741	,716	,641	,873

Ο πίνακας έχει μια στήλη με τους συντελεστές συσχέτισης ενός στοιχείου με όλα τα άλλα.

Όπως παρατηρούμε η ομάδα qμο1 έχει επίσης χαμηλό συντελεστή συσχέτισης με το διορθωμένο συντελεστή (-0,491) που επίσης οδηγεί στο συμπέρασμα της χωρίς πρόβλημα απόρριψης της ομάδας qμο1. Με ανάλογη λογική απορρίπτουμε διαδοχικά τις qμο10 (0,418), την qμο6 (0,494) και την qμο4 (0,492) που έχουν επίσης χαμηλό συντελεστή συσχέτισης και ξανατρέχουμε το πρόγραμμα για έλεγχο του νέου συντελεστή Cronbach alpha.

Στη περίπτωση αυτή έχουμε το πίνακα που ακολουθεί και δίνει ένα συντελεστή Cronbach alpha ίσο με 0,903, που είναι ενδεικτικός της πολύ υψηλής εσωτερικής συνοχής μεταξύ των ομάδων.

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,903	,909	10

Στη συνέχεια προσπαθήσαμε να δώσουμε μια ερμηνεία για την απόρριψη των qm04, qm06 και qm10.

qm10: δεν αξιολογείται σα κύριο χαρακτηριστικό των εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών. Ούτως ή άλλως και στις συναλλαγές πίσω από το γκισέ υπάρχει τις περισσότερες φορές μια απρόσωπη κατάσταση

qm04: παρατηρούμε ότι η ερώτηση αυτή έχει μια μόνο προφανή απάντηση (δεν πρέπει να υπάρχει χάσιμο χρόνου αλλά στην Ελλάδα υπάρχει) άρα αμβλύνεται μεν η διακριτότητα των απαντήσεων αλλά η μεγάλη μέση τιμή (>5,0) της διαφοράς στη σκάλα πρέπει να μας προβληματίζει. Τη διατηρούμε επομένως ως μεμονωμένη ομάδα, με περιεχόμενο την φιλικότητα των συναλλαγών.

qm06 : στην qm06 υπεισέρχεται η αίσθηση ότι είναι επουσιώδης και μη καθοριστική για τη ποιότητα των εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών και κρίνεται ανάλογα από τις απαντήσεις.

Είναι πάρα πολύ σημαντική η διακριτότητα της ομάδας qm01. Όπως αναφέρθηκε αν κοιτάξουμε από κοντά τα αποτελέσματα θα βρούμε μια μέση τιμή 0,77, τιμή ασυνήθιστα υψηλή για μέση τιμή ερωτηματολογίων. Αυτό μας λέει ότι ενώ η συντριπτική πλειοψηφία από όσους απάντησαν θεωρούν ότι η ευκολία χρήσης είναι θεμελιώδες χαρακτηριστικό για τις εξωτερικές Τ.Σ. θεωρούν παράλληλα ότι οι συναλλαγές αυτές στην Ελλάδα δεν έχουν αυτό το χαρακτηριστικό. Είναι επίσης σημαντικό ότι υπάρχει και μικρή διακύμανση στις απαντήσεις γεγονός που δείχνει ότι υπάρχουν πολλές απόψεις που συγκλίνουν στο συμπέρασμα αυτό και η μέση τιμή δεν επηρεάζεται από ακραίες τιμές.

Θα κρατήσουμε την ομάδα qm01 ως μια ξεχωριστή ομάδα αποτελεσμάτων και θα προσπαθήσουμε να συσχετίσουμε τα αποτελέσματα με τις δημογραφικές μεταβλητές της έρευνας μας.

Εφόσον διαπιστώθηκε η συνοχή των ομάδων μπορούμε πλέον να ενοποιήσουμε κάποιες από αυτές και να σχηματίσουμε τέσσερις ομάδες που χαρακτηρίζουν πλέον την ικανοποίηση των πελατών από τις εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές και το e-banking.

Οι ομάδες αυτές είναι:

- qm02, qm11 : “ ευκολία” (qm I)**
- qm03, qm13 : “ υπηρεσίες”(qm II)**
- qm05, qm08, qm12 : “επαφή”(qm III)**
- qm07, qm09 : “σιγουριά” (qm IV)**

Με αυτές τις ομαδοποιήσεις καταλήγουμε τελικά στην αναζήτηση συσχετίσεων βάσει του ακόλουθου πίνακα (βλέπε Αθηνά.xls)

Ευκολία χρήσης (αμο1)	Χάσιμο χρόνου (αμο4)	ασφάλεια (αμο14)	ευκολία (αμο I)	επαφή (αμο II)	υπηρεσίες (αμο III)	σιγουριά (αμο IV)
1	1	1	0	0	1	0
1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
1	1	1	1	1	1	1
1	-1	-1	-1	0	0	-1
1	1	1	0	1	1	1
0	0	0	1	1	1	0
1	-1	-1	-1	-1	-1	-1
1	-1	-1	1	0	-1	-1
0	1	1	1	1	1	1

Για τη δημιουργία πολυπαραγοντικών συσχετίσεων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της two way ANOVA

Ας δούμε τα αποτελέσματα σε κάθε μια από τα νέες μεταβλητές που δημιουργήθηκαν

1 “ΑΣΦΑΛΕΙΑ” ΜΕ ΗΛΙΚΙΑ ΚΑΙ ΦΥΛΟ

PostHocTests

MultipleComparisons

Dependent Variable: ασφάλεια

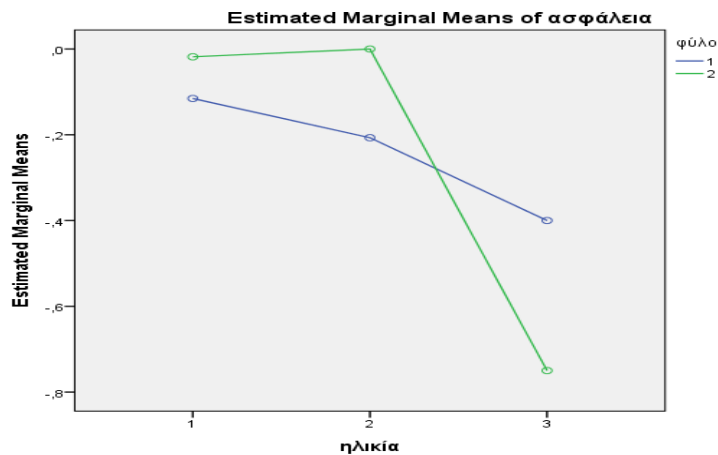
Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	MeanDiff erence (I-J)	Std. Error	Sig.	95% ConfidenceInterval	
					LowerBo und	UpperB ound
1	2	,04	,132	,947	-,27	,35
	3	,43	,228	,140	-,10	,97
2	1	-,04	,132	,947	-,35	,27
	3	,39	,240	,233	-,17	,96
3	1	-,43	,228	,140	-,97	,10
	2	-,39	,240	,233	-,96	,17

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) =,644.

ProfilePlots



Οι πίνακες δείχνουν ότι **οι γυναίκες σε νεαρότερη ηλικία έχουν μικρότερη ανοχή σε διαφορές που υπάρχουν σε θέματα ασφάλειας συναλλαγών από τους άνδρες**, ενώ γενικά τα άτομα μεγάλων ηλικιών δεν βλέπουν να υπάρχουν σημαντικές αδυναμίες στο σύστημα των συναλλαγών e-banking.

Στο παράρτημα 4 παρουσιάζονται οι πίνακες των αποτελεσμάτων από τους οποίους φαίνεται ότι τα ίδια συμπεράσματα εξαγονται και για τις μεταβλητές “ευκολία χρήσης”, “επαφή” και “σιγουριά”.

Μικρή διαφοροποίηση υπάρχει στο σχήμα που αφορά τη μεταβολή της μεταβλητής “υπηρεσίες” όπου διαπιστώνεται ότι ενώ η τάση για τις γυναίκες είναι όπως και στις άλλες μεταβλητές για τους άνδρες μεγάλης ηλικίας υπάρχει αύξηση των προβληματισμών για τις συναλλαγές.

Στη προσπάθεια μας να επεξεργασθούμε τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου, απομονώσαμε τα ερωτήματα εκείνα στα οποία αρχικά η απάντηση αφορούσε το “αναμενόμενο επίπεδο” και η δεύτερη το “πραγματικό επίπεδο”.

Εξετάζουμε πρώτα τα αποτελέσματα με τις ανεξάρτητες μεταβλητές “φύλο” και “ηλικία”

Between-SubjectsFactors		
		N
ηλ	1	107
κί	2	56
α	3	14
φύ	1	91
λο	2	86

Η πρώτη ομάδα ήταν η συσχέτιση μεταξύ ηλικίας και φύλου με την « φυσική ασφάλεια των συναλλαγών».

UNIANOVA ασφάλεια BY ηλικία φύλο

```

/METHOD=SSTYPE(3)
/INTERCEPT=INCLUDE
/POSTHOC=ηλικία(TUKEY)
/PLOT=PROFILE(ηλικία*φύλο)
/EMMEANS=TABLES(ηλικία)
/EMMEANS=TABLES(φύλο)
/EMMEANS=TABLES(ηλικία*φύλο)
/CRITERIA=ALPHA(.05)
/DESIGN=ηλικία φύλο ηλικία*φύλο.

```

Η κατανομή (πλήθος στοιχείων) των ομάδων δίνεται από τον πίνακα

DescriptiveStatistics

DependentVariable: ασφάλεια

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Deviation	N
α	ο			
	1	-,12	,808	52
1	2	-,02	,850	55
	Total	-,07	,827	107
	1	-,21	,726	29
2	2	,00	,832	27
	Total	-,11	,779	56
	1	-,40	,699	10
3	2	-,75	,500	4
	Total	-,50	,650	14
	1	-,18	,769	91
Total	2	-,05	,839	86
	Total	-,11	,804	177

Φαίνεται λοιπόν ότι στο σύνολο των απαντήσεων οι περισσότεροι εκτιμούν ότι οι εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές στην Ελλάδα δεν υστερούν σημαντικά σε ασφάλεια σε σχέση με ότι θα ήθελαν (ιδεατό: -1, μέση τιμή -0,18 για τους άνδρες και -0,05 για τις γυναίκες) και η ίδια εικόνα υπάρχει λίγο πολύ και στις 3 ηλικιακές ομάδες.

Υπάρχει μια διαφοροποίηση ανάμεσα στις δύο πρώτες ηλικιακές ομάδες (συνολικά στις ηλικίες μέχρι 45 χρόνων) και στην ομάδα μεγαλύτερων ηλικιών. Η ομάδα αυτή έχει πολύ μεγαλύτερη αίσθηση ότι στην Ελλάδα είναι ασφαλείς οι συναλλαγές και μάλιστα, αντίθετα από τις άλλες δύο ομάδες, η αίσθηση αυτή είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες από ότι στους άνδρες. Επίσης και οι απαντήσεις στην ομάδα αυτή έδειχναν πιο συμπαγείς(πιο ομοιόμορφες) εφόσον η διακύμανση περιορίζεται στα 2/3 της διακύμανσης των άλλων ομάδων.

Το τεστ Levene αξιολογεί την υπόθεση ότι οι διακυμάνσεις των πληθυσμών από τις οποίες αφαιρούνται διαφορετικά δείγματα είναι ίσες. Αν η τιμή p του τεστ Levene που προκύπτει είναι μικρότερη από κάποιο επίπεδο σημαντικότητας (συνήθως 0,05), οι λαμβάνονται διαφορές σε διακυμάνσεις του δείγματος είναι απίθανο οι διαφορές να έχουν συμβεί με τυχαία δειγματοληψία από έναν πληθυσμό με ίσες διακυμάνσεις. Έτσι, η μηδενική υπόθεση της ισότητας των διακυμάνσεων απορρίπτεται και συνάγεται το συμπέρασμα ότι υπάρχει μια διαφορά μεταξύ των διακυμάνσεων στον πληθυσμό των ομάδων.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: ασφάλεια

F	df1	df2	Sig.
,696	5	171	,627

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ηλικία + φύλο + ηλικία * φύλο

Όπως φαίνεται έχουμε $F(5,171) = 0,696$ με σημαντικότητα $\text{Sig}=0,627 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει άρα μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Στον έλεγχο των φαινομένων μεταξύ των ομάδων, ελέγχεται αν οι ανεξάρτητες μεταβλητές της "ηλικίας" και του "φύλου" μαζί με την αλληλοεξάρτηση τους "ηλικία*φύλο" έχουν ένα στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα στην εξαρτημένη μεταβλητή "ασφάλεια". Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig στον πίνακα που ακολουθεί η "ηλικία*φύλο" έχει μια τιμή 0,565 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ "ηλικίας" και "φύλου" ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την "ασφάλεια" των συναλλαγών.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ασφάλεια

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	3,542 ^a	5	,708	1,099	,363	,031
Intercept	4,841	1	4,841	7,511	,007	,042
ηλικία	2,673	2	1,336	2,074	,129	,024
φύλο	,005	1	,005	,007	,933	,000
ηλικία * φύλο	,738	2	,369	,573	,565	,007
Error	110,198	171	,644			
Total	116,000	177				
Corrected Total	113,740	176				

a. R Squared =,031 (Adjusted R Squared =,003)

Όπως φαίνεται πάλι από τον πίνακα δεν υπάρχει στατιστική διαφορά στη μέση αντίληψη για τα επίπεδα της "ασφάλειας" μεταξύ ανδρών και γυναικών (Sig = 0,933 > 0,05), ούτε μεταξύ των διαφόρων ηλικιών (Sig = 0,129 > 0,05). Επομένως και για τις 6 ομάδες (2Χ3) το συμπέρασμα είναι ότι υπάρχει η αντίληψη ότι **οι εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές στην Ελλάδα είναι όσο ασφαλείς χρειάζεται για να τολμήσουν να τις διεξαγάγουν (η ασφάλεια δεν αποτελεί εμπόδιο).**

Estimated Marginal Means

1. ηλικία

Dependent Variable: ασφάλεια

ηλικία	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,067	,078	-,220	,086
2	-,103	,107	-,315	,108
3	-,575	,237	-1,044	-,106

2. φύλο

Dependent Variable: ασφάλεια

φύλο	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,241	,105	-,448	-,034
2	-,256	,148	-,548	,036

3. ηλικία * φύλο

DependentVariable: ασφάλεια

ηλικία α	φύλο ο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
				LowerBound	UpperBound
1	1	-,115	,111	-,335	,104
	2	-,018	,108	-,232	,195
2	1	-,207	,149	-,501	,087
	2	1,110E-016	,154	-,305	,305
3	1	-,400	,254	-,901	,101
	2	-,750	,401	-1,542	,042

Οι πίνακες με τις marginal means που παρουσιάζονται αναφέρονται στις αναμενόμενες μέσες τιμές των μεταβλητών αν είχαν τον ίδιο αριθμό στοιχείων. Όπως φαίνεται επιβεβαιώνεται η παρατήρηση ότι δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών (μέση τιμή -0,241 για τους άνδρες και -0,256 για τις γυναίκες) καθώς επίσης και ότι ενώ το γενικό αίσθημα είναι ικανοποίηση από το επίπεδο φυσικής ασφάλειας των συναλλαγών στην Ελλάδα το αίσθημα αυτό ενδυναμώνεται με την ηλικία.

Στη περίπτωση αυτή δε χρειάζεται να προχωρήσουμε σε άλλου είδους ελέγχους (που παρουσιάζονται όμως στο παράρτημα 5.1) για να διευκρινισθούν τυχόν διαφορές.

Στη συνέχεια ακολουθούν οι παρατηρήσεις από τη συσχέτιση μεταξύ ηλικίας και φύλου με την « ευκολία χρήσης των συναλλαγών».

DescriptiveStatistics

DependentVariable: ευκολίαχρ

ηλικία α	φύλο ο	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,33	,656	52
	2	-,21	,692	55
	Total	-,27	,674	107
2	1	-,33	,658	29
	2	-,19	,695	27
	Total	-,26	,674	56
3	1	-,45	,725	10
	2	-,75	,289	4
	Total	-,54	,634	14
Total	1	-,34	,658	91
	2	-,23	,685	86
	Total	-,29	,671	177

Παρατηρείται και εδώ μια ανάλογη εικόνα με τους άνδρες και τις γυναίκες να έχουν λίγο πολύ κοινή αίσθηση για την “ευκολία χρήσης” των συναλλαγών στις δύο πρώτες ομάδες ηλικίας, ενώ στους μεγαλύτερης ηλικίας οι γυναίκες αισθάνονται ότι υπάρχει αισθητά μεγαλύτερη “ευκολία χρήσης” από τους άνδρες.

Υπάρχει και εδώ η παρατήρηση ότι στις ομάδες μεγάλης ηλικίας, άνδρες ή γυναίκες αδιάφορο, η αίσθηση της “ευκολίας χρήσης” που υπάρχει είναι μεγαλύτερη από τις άλλες ηλικιακές ομάδες

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: ευκολίαχρ

F	df1	df2	Sig.
,790	5	171	,558

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ηλικία + φύλο + ηλικία *
φύλο

Όπως δείχνει και το Levene's test έχουμε $F(5,171) = 0,790$ με σημαντικότητα $\text{Sig}=0,558 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ευκολίαχρ

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	1,867 ^a	5	,373	,824	,534	,024
Intercept	11,019	1	11,019	24,321	,000	,125
ηλικία	1,210	2	,605	1,336	,266	,015
φύλο	,003	1	,003	,008	,931	,000
ηλικία * φύλο	,491	2	,245	,541	,583	,006
Error	77,475	171	,453			
Total	93,750	177				
Corrected Total	79,342	176				

a. R Squared = ,024 (Adjusted R Squared = -,005)

Στον έλεγχο των φαινομένων μεταξύ των ομάδων, ελέγχεται αν οι ανεξάρτητες μεταβλητές της “ηλικίας” και του “φύλου” μαζί με την αλληλοεξάρτηση τους “ηλικία*φύλο” έχουν ένα στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα στην εξαρτημένη μεταβλητή “ευκολία χρήσης”. Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig, στον ανωτέρω πίνακα η “ηλικία*φύλο” έχει μια τιμή 0,541 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως **δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ “ηλικίας” και “φύλου” ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την “ευκολία χρήσης” των συναλλαγών.**

Estimated Marginal Means

Οι πίνακες με τις marginal means που παρουσιάζονται αναφέρονται στις αναμενόμενες μέσες τιμές των μεταβλητών αν είχαν τον ίδιο αριθμό στοιχείων.

1. ηλικία

Dependent Variable: ευκολίαχρ

ηλικία	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,268	,065	-,397	-,140
2	-,256	,090	-,434	-,079
3	-,600	,199	-,993	-,207

2. φύλο

Dependent Variable: ευκολίαχρ

φύλο	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,368	,088	-,542	-,195
2	-,381	,124	-,626	-,137

3. ηλικία * φύλο

Dependent Variable: ευκολίαχρ

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
				Lower Bound	Upper Bound
1	1	-,327	,093	-,511	-,143
	2	-,209	,091	-,388	-,030
2	1	-,328	,125	-,574	-,081
	2	-,185	,130	-,441	,071
3	1	-,450	,213	-,870	-,030
	2	-,750	,337	-1,414	-,086

Όπως φαίνεται επιβεβαιώνεται η παρατήρηση ότι δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών (μέση τιμή -0,368 για τους άνδρες και -0,381 για τις γυναίκες) καθώς επίσης και ότι ενώ το αίσθημα είναι ικανοποίηση από την “ευκολία χρήσης” των συναλλαγών στην

Ελλάδα το αίσθημα αυτό ενδυναμώνεται με την ηλικία. Ενώ για τους άνδρες το αίσθημα αυτό ενδυναμώνεται με την ηλικία για τις γυναίκες υπάρχει μια ανεπαίσθητη μεταστροφή στην ενδιάμεση ηλικία. Καθώς όμως βρίσκεται μέσα στα όρια του στατιστικού σφάλματος ($-0,441 < -0,185 < 0,071$) δεν αξιολογείται ως σημαντική.

Στη περίπτωση αυτή δε χρειάζεται να προχωρήσουμε σε άλλου είδους ελέγχους (που παρουσιάζονται όμως στο παράρτημα 5.1) για να διευκρινισθούν τυχόν διαφορές.

Η επόμενη συσχέτιση γίνεται μεταξύ της αίσθησης για “προσωπική επαφή” και των μεταβλητών “φύλο” και “ηλικία” του ερωτηματολογίου

Παρουσιάζεται αρχικά ο πίνακας με τα Descriptive statistics που εξετάζουν το προφίλ των σχέσεων που υπάρχουν ανάμεσα στις διάφορες ομάδες. Όπως και προηγουμένως από την ανάγνωση των αποτελεσμάτων εξάγονται τα ίδια συμπεράσματα.

DescriptiveStatistics
DependentVariable: επαφή

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,23	,831	52
1	2	-,18	,841	55
	Total	-,21	,833	107
2	1	-,31	,712	29
2	2	-,07	,874	27
	Total	-,20	,796	56
3	1	-,50	,850	10
3	2	-,75	,500	4
	Total	-,57	,756	14
Total	1	-,29	,793	91
Total	2	-,17	,843	86
	Total	-,23	,817	177

Φαίνεται λοιπόν ότι στο σύνολο των απαντήσεων οι περισσότεροι εκτιμούν ότι οι εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές στην Ελλάδα προσφέρουν την επιθυμητή “προσωπική επαφή” σε σχέση με ότι θα ήθελαν για να αισθανθούν εμπιστοσύνη στις συναλλαγές τους (ιδεατό: -1, μέση τιμή -0,29 για τους άνδρες και -0,17 για τις γυναίκες) και η ίδια εικόνα, ότι είναι δηλαδή είναι ελαφρά περισσότερη η αίσθηση στις γυναίκες, υπάρχει λίγο πολύ και στις 3 ηλικιακές ομάδες.

Υπάρχει μια διαφοροποίηση ανάμεσα στις δύο πρώτες ηλικιακές ομάδες (συνολικά στις ηλικίες μέχρι 45 χρόνων) και στην ομάδα μεγαλύτερων ηλικιών. Η ομάδα αυτή έχει πολύ μεγαλύτερη

αίσθηση ότι οι συναλλαγές στην Ελλάδα εξακολουθούν να γεννούν συναισθήματα “προσωπικής επαφής” και μάλιστα, αντίθετα από τις άλλες δύο ομάδες, η αίσθηση αυτή είναι μεγαλύτερη στις γυναίκες από ότι στους άνδρες.

Χρειάζεται επίσης να σημειωθεί ότι η διακύμανση των απαντήσεων στην ερώτηση αυτή ήταν μεγαλύτερη από τις άλλες περιπτώσεις και σταθερή σε όλες τις ηλικιακές ομάδες.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: επαφή

F	df1	df2	Sig.
1,221	5	171	,301

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ηλικία + φύλο + ηλικία * φύλο

Όπως δείχνει και το Levene's test έχουμε $F(5,171) = 1,221$ με σημαντικότητα $Sig=0,301 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: επαφή

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	2,781 ^a	5	,556	,829	,531	,024
Intercept	9,130	1	9,130	13,609	,000	,074
ηλικία	1,923	2	,961	1,433	,241	,016
φύλο	,003	1	,003	,004	,949	,000
ηλικία * φύλο	,674	2	,337	,503	,606	,006
Error	114,721	171	,671			
Total	127,000	177				
Corrected Total	117,503	176				

a. R Squared = ,024 (Adjusted R Squared = -,005)

Στον έλεγχο των φαινομένων μεταξύ των ομάδων, ελέγχεται αν οι ανεξάρτητες μεταβλητές της “ηλικίας” και του “φύλου” μαζί με την αλληλοεξάρτησή τους “ηλικία*φύλο” έχουν ένα

στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα στην εξαρτημένη μεταβλητή “επαφή”. Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig, στον ανωτέρω πίνακα η “ηλικία*φύλο” έχει μια τιμή 0,606 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως **δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ “ηλικίας” και “φύλου” ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την “επαφής” κατά τις συναλλαγές.**

Οι πίνακες με τις marginal means που παρουσιάζονται αναφέρονται στις αναμενόμενες μέσες τιμές των μεταβλητών αν είχαν τον ίδιο αριθμό στοιχείων.

1. ηλικία

DependentVariable: επαφή

ηλικία	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
			LowerBound	UpperBound
1	-,206	,079	-,363	-,050
2	-,192	,110	-,408	,024
3	-,625	,242	-1,103	-,147

2. φύλο

DependentVariable: επαφή

φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
			LowerBound	UpperBound
1	-,347	,107	-,558	-,136
2	-,335	,151	-,633	-,038

3. ηλικία * φύλο

DependentVariable: επαφή

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
				LowerBound	UpperBound
1	1	-,231	,114	-,455	-,007
	2	-,182	,110	-,400	,036
2	1	-,310	,152	-,611	-,010
	2	-,074	,158	-,385	,237
3	1	-,500	,259	-1,011	,011
	2	-,750	,410	-1,558	,058

Όπως φαίνεται επιβεβαιώνεται η παρατήρηση ότι δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών (μέση τιμή -0,347 για τους άνδρες και -0,335 για τις γυναίκες) καθώς επίσης και ότι ενώ το αίσθημα είναι ικανοποίηση από την “επαφή” κατά τις συναλλαγές στην Ελλάδα το αίσθημα αυτό ενδυναμώνεται με την ηλικία. Ενώ για τους άνδρες το αίσθημα αυτό ενδυναμώνεται με την ηλικία για τις γυναίκες υπάρχει μια μεταστροφή στην ενδιάμεση ηλικία. Καθώς όμως βρίσκεται μέσα στα όρια του στατιστικού σφάλματος (-0,385<-0,074<0,237) δεν αξιολογείται ως σημαντική.

Στη περίπτωση αυτή δε χρειάζεται να προχωρήσουμε σε άλλου είδους ελέγχους (που παρουσιάζονται όμως στο παράρτημα 5.1) για να διευκρινισθούν τυχόν διαφορές.

Ανάλογα είναι και τα συμπεράσματα από τη συσχέτιση μεταξύ της αίσθησης που υπάρχει για τις “υπηρεσίες” που παρέχονται ανάλογα με το φύλο και την ηλικία

DescriptiveStatistics

DependentVariable: υπηρεσίες

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,26	,697	52
	2	-,15	,726	55
	Total	-,21	,710	107
2	1	-,22	,689	29
	2	-,02	,727	27
	Total	-,12	,709	56
3	1	-,20	,715	10
	2	-,75	,289	4
	Total	-,36	,663	14
Total	1	-,24	,689	91
	2	-,14	,722	86
Total	Total	-,19	,705	177

Εδώ υπάρχει ένα σημαντικό εύρημα καθώς διαφοροποιείται η απόκριση της μέσης ηλικιακής ομάδας. Η διαφοροποίηση αυτή έγκειται στο ότι η μέση ηλικιακή ομάδα αισθάνεται ότι χρειάζεται να βελτιωθεί το φάσμα των υπηρεσιών που παρέχονται κατά τις εξωτερικές τραπεζικές συναλλαγές και η διαφοροποίηση αυτή είναι πολύ πιο έντονη στις γυναίκες (-0,02 από -0,15) από τους άνδρες (-0,22 από -0,26).Για τους άνδρες όμως η μείωση της αίσθησης για τη πληρότητα των υπηρεσιών συνεχίζει και στη 3^η ομάδα μεγάλων ηλικιών κάτι που δεν συμβαίνει στις γυναίκες.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

DependentVariable: υπηρεσίες

F	df1	df2	Sig.
,790	5	171	,558

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ηλικία + φύλο + ηλικία * φύλο

Όπως δείχνει και το Levene's test έχουμε $F(5,171) = 0,790$ με σημαντικότητα $Sig=0,558 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: υπηρεσίες

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	2,404 ^a	5	,481	,966	,440	,027
Intercept	5,626	1	5,626	11,309	,001	,062
ηλικία	1,214	2	,607	1,221	,298	,014
φύλο	,125	1	,125	,251	,617	,001
ηλικία * φύλο	1,362	2	,681	1,369	,257	,016
Error	85,065	171	,497			
Total	94,000	177				
Corrected Total	87,469	176				

a. R Squared = ,027 (Adjusted R Squared = -,001)

Στον έλεγχο των φαινομένων μεταξύ των ομάδων, ελέγχεται αν οι ανεξάρτητες μεταβλητές της "ηλικίας" και του "φύλου" μαζί με την αλληλοεξάρτηση τους "ηλικία*φύλο" έχουν ένα στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα στην εξαρτημένη μεταβλητή "υπηρεσίες". Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig, στον ανωτέρω πίνακα η "ηλικία*φύλο" έχει μια τιμή 0,257 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως **δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ "ηλικίας" και "φύλου" ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για τις "υπηρεσίες" κατά τις συναλλαγές.**

Οι πίνακες με τις marginal means που παρουσιάζονται αναφέρονται στις αναμενόμενες μέσες τιμές των μεταβλητών αν είχαν τον ίδιο αριθμό στοιχείων.

1. ηλικία

Dependent Variable: υπηρεσίες

ηλικία	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,207	,068	-,342	-,072
2	-,121	,094	-,307	,065
3	-,475	,209	-,887	-,063

2. φύλο

DependentVariable: υπηρεσίες

φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
			LowerBound	UpperBound
1	-,228	,092	-,410	-,046
2	-,308	,130	-,564	-,051

3. ηλικία * φύλο

DependentVariable: υπηρεσίες

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
				LowerBound	UpperBound
1	1	-,260	,098	-,453	-,067
	2	-,155	,095	-,342	,033
2	1	-,224	,131	-,483	,034
	2	-,019	,136	-,286	,249
3	1	-,200	,223	-,640	,240
	2	-,750	,353	-1,446	-,054

Όπως φαίνεται επιβεβαιώνεται η παρατήρηση ότι δεν υπάρχει ουσιαστική διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών (μέση τιμή -0,228 για τους άνδρες και -0,308 για τις γυναίκες) καθώς επίσης και ότι ενώ το αίσθημα είναι ικανοποίηση από την “υπηρεσίες” που προσφέρονται κατά τις συναλλαγές στην Ελλάδα το αίσθημα αυτό μεταβάλλεται με την ηλικία. Ενώ για τους άνδρες το αίσθημα αυτό μειώνεται με την ηλικία για τις γυναίκες υπάρχει μια μεταστροφή στην ενδιάμεση ηλικία και επιστροφή στις μεγαλύτερες ηλικίες. Καθώς όμως όλες οι μεταβολές βρίσκονται μέσα στα όρια του στατιστικού σφάλματος ($-0,483 < -0,074 < 0,034$) δεν αξιολογούνται ως σημαντικές.

Μια ερμηνεία που μπορεί κάποιος να δώσει είναι ότι οι νέες ηλικίες, που στη πλειοψηφία τους είναι φοιτητές, δεν έχουν γνώση, επειδή δεν τις χρησιμοποιούν, των διαφόρων συναλλαγών που χρειάζονται και επομένως θεωρούν ότι οι υπάρχουσες τους καλύπτουν.

Στη περίπτωση αυτή δε χρειάζεται να προχωρήσουμε σε άλλου είδους ελέγχους (που παρουσιάζονται όμως στο παράρτημα 5.1) για να διευκρινισθούν τυχόν διαφορές.

Τελευταία συσχέτιση γίνεται με την μεταβλητή “σιγουριά” και πως αυτή επηρεάζεται από το “φύλο” και την “ηλικία”

DescriptiveStatistics

DependentVariable: σιγουριά

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,37	,658	52
	2	-,22	,738	55
	Total	-,29	,701	107
2	1	-,45	,632	29
	2	-,33	,679	27
	Total	-,39	,652	56
3	1	-,50	,707	10
	2	-,75	,500	4
	Total	-,57	,646	14
Total	1	-,41	,649	91
	2	-,28	,714	86
Total	Total	-,34	,682	177

Παρατηρείται και εδώ μια ανάλογη εικόνα με τους άνδρες και τις γυναίκες να έχουν λίγο πολύ κοινή αίσθηση για την “σιγουριά” των συναλλαγών στις δύο πρώτες ομάδες ηλικίας, αλλά ενώ στις δύο πρώτες ηλικιακές ομάδες οι άνδρες αισθάνονται ότι στην Ελλάδα προσφέρεται μεγάλη σιγουριά στις συναλλαγές (-0,37 και -0,45 αντίστοιχα) ενώ στους μεγαλύτερης ηλικίας οι γυναίκες αισθάνονται ότι υπάρχει αισθητά μεγαλύτερη “σιγουριά” από τους άνδρες.

Υπάρχει και εδώ η παρατήρηση ότι στις ομάδες μεγάλης ηλικίας, άνδρες ή γυναίκες αδιάφορο, η αίσθηση της “σιγουριάς” που υπάρχει είναι μεγαλύτερη από τις άλλες ηλικιακές ομάδες

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

DependentVariable: σιγουριά

F	df1	df2	Sig.
,522	5	171	,760

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ηλικία + φύλο + ηλικία * φύλο

Όπως δείχνει και το Levene's test έχουμε $F(5,171) = 0,522$ με σημαντικότητα $Sig=0,760 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει και επομένως μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: σιγουριά

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	2,115 ^a	5	,423	,906	,479	,026
Intercept	14,902	1	14,902	31,909	,000	,157
ηλικία	1,316	2	,658	1,409	,247	,016
φύλο	,000	1	,000	,001	,979	,000
ηλικία * φύλο	,408	2	,204	,436	,647	,005
Error	79,862	171	,467			
Total	103,000	177				
Corrected Total	81,977	176				

a. R Squared = ,026 (Adjusted R Squared = -,003)

Στον έλεγχο των φαινομένων μεταξύ των ομάδων, ελέγχεται αν οι ανεξάρτητες μεταβλητές της "ηλικίας" και του "φύλου" μαζί με την αλληλοεξάρτηση τους "ηλικία*φύλο" έχουν ένα στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα στην εξαρτημένη μεταβλητή "υπηρεσίες". Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig, στον ανωτέρω πίνακα η "ηλικία*φύλο" έχει μια τιμή 0,647 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ "ηλικίας" και "φύλου" ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για τις "υπηρεσίες" κατά τις συναλλαγές.

Οι πίνακες με τις marginal means που παρουσιάζονται αναφέρονται στις αναμενόμενες μέσες τιμές των μεταβλητών αν είχαν τον ίδιο αριθμό στοιχείων

1. ηλικία

Dependent Variable: σιγουριά

ηλικία	Mean	Std. Error	95% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
1	-,292	,066	-,422	-,161
2	-,391	,091	-,571	-,210
3	-,625	,202	-1,024	-,226

2. φύλο

DependentVariable: σιγουριά

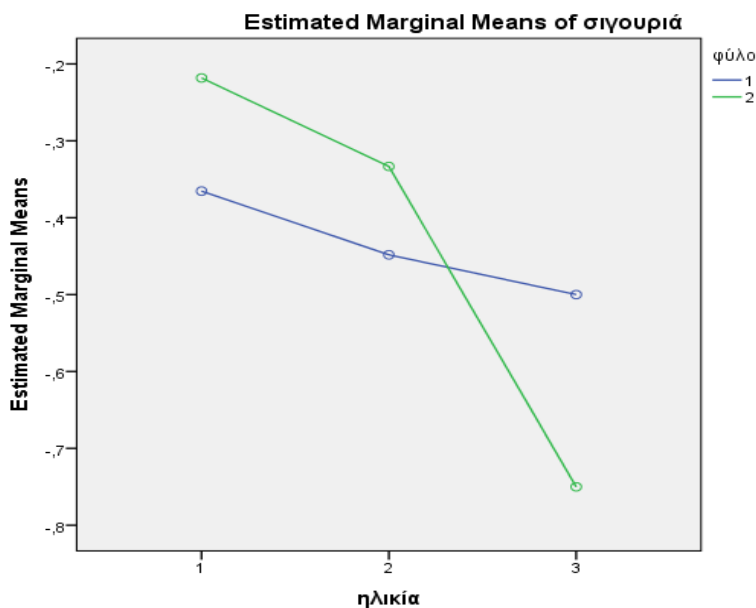
φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
			LowerBound	UpperBound
1	-,438	,089	-,614	-,262
2	-,434	,126	-,682	-,185

3. ηλικία * φύλο

DependentVariable: σιγουριά

ηλικία	φύλο	Mean	Std. Error	95% ConfidenceInterval	
				LowerBound	UpperBound
1	1	-,365	,095	-,552	-,178
	2	-,218	,092	-,400	-,036
2	1	-,448	,127	-,699	-,198
	2	-,333	,132	-,593	-,074
3	1	-,500	,216	-,927	-,073
	2	-,750	,342	-1,424	-,076

Όπως φαίνεται επιβεβαιώνεται η παρατήρηση ότι δεν υπάρχει καθόλου διαφορά μεταξύ ανδρών και γυναικών (μέση τιμή -0,438 για τους άνδρες και -0,434 για τις γυναίκες) καθώς επίσης και ότι ενώ το αίσθημα είναι ότι στην Ελλάδα οι συναλλαγές αυτού του τύπου έχουν “σιγουριά” που προσφέρονται κατά τις συναλλαγές στην Ελλάδα η αίσθηση αυτή αυξάνει με την ηλικία από -0,292 για τους νέους έως -0,625 για τους πιο μεγάλης ηλικίας περνώντας από -0,391 για τους ενδιάμεσης ηλικίας. Η διαφοροποίηση αυτή είναι πιο έντονη και πάλι για τις γυναίκες μεγάλης ηλικίας (βλέπε σχήμα).



Η ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου συμπληρώνεται με την επεξεργασία των απαντήσεων έχοντας τις δύο δημογραφικές μεταβλητές “ασχολία” και “εισόδημα” ως ανεξάρτητες μεταβλητές.

```
UNIANOVA ασφάλεια BY ασχολία εισόδημα  
/METHOD=SSTYPE(3)  
/INTERCEPT=INCLUDE  
/POSTHOC=ασχολίαεισόδημα(TUKEY)  
/PLOT=PROFILE(ασχολία*εισόδημα)  
/PRINT=ETASQ HOMOGENEITY DESCRIPTIVE  
/CRITERIA=ALPHA(.05)  
/DESIGN=ασχολία εισόδημα ασχολία*εισόδημα.
```

Έχοντας αναλυτικά ερμηνεύσει τα αποτελέσματα από την 1η ομάδα των δημογραφικών μεταβλητών “φύλο” και “ηλικία” θα περιοριστούμε στην ανάλυση μόνο των ευρημάτων.

Από τον πρώτο πίνακα παρατηρούμε ότι ενώ για την “ασχολία” υπάρχει μια ικανοποιητική κατανομή στις τέσσερις ομάδες ενώ για το “εισόδημα” υπάρχει μια υπερεπάρκεια στοιχείων για τη 1η ομάδα και έλλειψη στοιχείων για την τρίτη ομάδα με αποτέλεσμα τα συμπεράσματα να μην είναι στατιστικά αξιόπιστα.

	N
ασχολία	1 77
	2 55
	3 19
	4 27
εισόδημα	1 134
	2 37
	3 7

Οι φοιτητές και οι υπάλληλοι έχουν μεγαλύτερο θέμα με την ασφάλεια των συναλλαγών στην Ελλάδα από ότι οι ομάδες των ελεύθερων επαγγελματιών και των λοιπών επαγγελμάτων αλλά και για τις τέσσερις ομάδες οι μέσες τιμές που έχουν δημιουργηθεί δεν δείχνουν ότι οι διαφορές αυτές είναι εμπόδιο για τη διενέργεια εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών.

DescriptiveStatistics

DependentVariable: ασφάλεια

ασχολία	εισόδημα	Mean	Std. Deviation	N
α	α			
1	1	-,08	,829	60
	2	-,25	,866	12
	3	-,40	,894	5
	Total	-,13	,833	77
2	1	-,11	,784	44
	2	-,18	,751	11
	Total	-,13	,771	55
3	1	,17	,835	12
	2	-,33	,816	6
	3	1,00	.	1
	Total	,05	,848	19
4	1	,00	,840	18
	2	-,38	,518	8
	3	-1,00	.	1
	Total	-,15	,770	27
Total	1	-,06	,811	134
	2	-,27	,732	37
	3	-,29	,951	7
	Total	-,11	,802	178

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

DependentVariable: ασφάλεια

F	df1	df2	Sig.
,824	10	167	,606

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ασχολία + εισόδημα + ασχολία * εισόδημα

Οι απαντήσεις δεν είναι συμπαγείς καθώς σε όλες τις ομάδες υπάρχει μια μεγάλη διακύμανση. Η διακύμανση στην τρίτη ομάδα επηρεάζεται από τον ελάχιστο αριθμό των αποτελεσμάτων και για το λόγο αυτό από υψηλή γίνεται υπερβολική.

Όπως φαίνεται έχουμε $F(10,167) = 0,824$ με σημαντικότητα $Sig=0,606 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει άρα μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

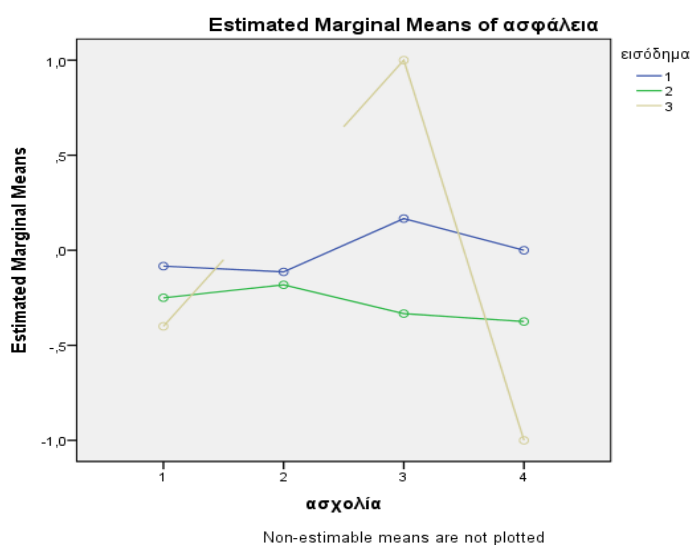
Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ασφάλεια

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4,776 ^a	10	,478	,732	,694	,042
Intercept	,704	1	,704	1,079	,300	,006
ασχολία	2,218	3	,739	1,133	,337	,020
εισόδημα	1,922	2	,961	1,473	,232	,017
ασχολία * εισόδημα	2,489	5	,498	,763	,578	,022
Error	108,977	167	,653			
Total	116,000	178				
Corrected Total	113,753	177				

a. R Squared = ,042 (Adjusted R Squared = -,015)

Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig στον πίνακα που ακολουθεί η μεταβλητή "εισόδημα*ασχολία" έχει μια τιμή 0,578 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ "ασχολία" και "εισόδημα" ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την "ασφάλεια" των συναλλαγών.



Ας δούμε στη συνέχεια πώς επιδρούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος των απαντήσεων στις νέες πλέον ομάδες απαντήσεων.

Ως προς τη μεταβλητή "υπηρεσίες" το συμπέρασμα είναι ότι όλες οι ομάδες, παρά τις διαφορές μεταξύ τους, θεωρούν ότι " οι υπηρεσίες" που προσφέρονται είναι ικανοποιητικές και σε καμία περίπτωση δεν αποτελούν εμπόδιο στην ικανοποίησή τους κατά την εκτέλεση των εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών.

Επίσης, οι ομάδες με τα μεγαλύτερα εισοδήματα έχουν μια καλύτερη άποψη για τη πληρότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται από ότι η χαμηλότερη ομάδα εισοδημάτων. (στους φοιτητές η 2η ομάδα εισοδημάτων -0,38 έναντι -0,24 της 1ης ομάδας)

DescriptiveStatistics

DependentVariable: υπηρεσίες

ασχολία	εισόδημα	Mean	Std. Deviation	N
α	α			
1	1	-,24	,673	60
	2	-,38	,377	12
	3	-,40	,822	5
	Total	-,27	,641	77
2	1	-,09	,741	44
	2	-,27	,720	11
	Total	-,13	,734	55
3	1	,00	,674	12
	2	-,17	,753	6
	3	1,00	.	1
	Total	,00	,707	19
4	1	-,11	,867	18
	2	-,38	,641	8
	3	-1,00	.	1
	Total	-,22	,801	27
Total	1	-,15	,721	134
	2	-,31	,593	37
	3	-,29	,906	7
	Total	-,19	,703	178

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

DependentVariable: υπηρεσίες

F	df1	df2	Sig.
1,749	10	167	,074

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ασχολία + εισόδημα + ασχολία * εισόδημα

Όπως φαίνεται έχουμε $F(10,167) = 1,749$ με σημαντικότητα $Sig=0,074 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει άρα μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

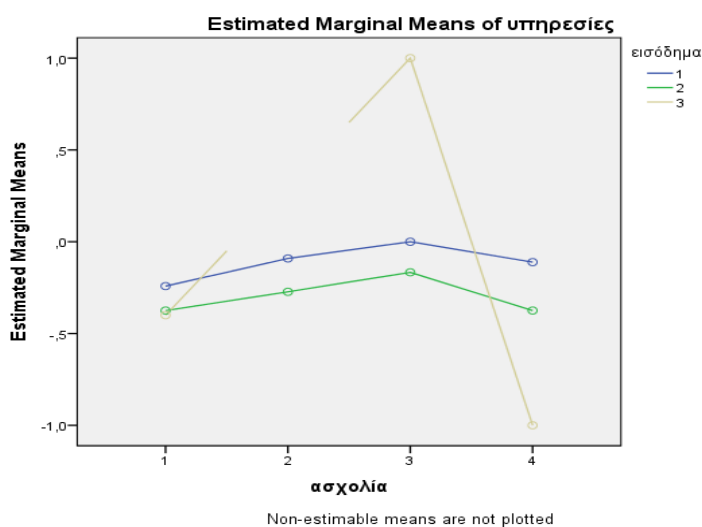
Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig στον πίνακα που ακολουθεί η μεταβλητή “εισόδημα*ασχολία” έχει μια τιμή 0,614 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ “ασχολία” και “εισόδημα” ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την “υπηρεσίες” των συναλλαγών.

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: υπηρεσίες

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4,193 ^a	10	,419	,840	,590	,048
Intercept	1,130	1	1,130	2,265	,134	,013
ασχολία	2,759	3	,920	1,844	,141	,032
εισόδημα	,868	2	,434	,870	,421	,010
ασχολία * εισόδημα	1,780	5	,356	,713	,614	,021
Error	83,313	167	,499			
Total	94,000	178				
Corrected Total	87,506	177				

a. R Squared = ,048 (Adjusted R Squared = -,009)



Ως προς τη μεταβλητή “επαφή” οι μέσοι όροι για όλες τις ομάδες απασχόλησης είναι στη περιοχή του 0 και επομένως όλες οι ομάδες, παρά τις διαφορές μεταξύ τους, θεωρούν ότι “ οι υπηρεσίες” που προσφέρονται είναι ικανοποιητικές και σε καμία περίπτωση δεν αποτελούν εμπόδιο στην ικανοποίηση τους κατά την εκτέλεση των εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών. Δε μπορούμε όμως να βγάλουμε συμπέρασμα για το αν υπάρχει κάποια συστηματική τάση μεταξύ των αποτελεσμάτων για τις διάφορες ομάδες και αυτό παρίσταται ξεκάθαρα στο διάγραμμα που ακολουθεί.

DescriptiveStatistics

DependentVariable: επαφή

ασχολί α	εισόδημ α	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,30	,809	60
	2	-,33	,778	12
	3	-,20	1,095	5
	Total	-,30	,812	77
2	1	-,09	,858	44
	2	-,64	,674	11
	Total	-,20	,848	55
3	1	-,17	,835	12
	2	-,17	,983	6
	3	,00	.	1
	Total	-,16	,834	19
4	1	,06	,802	18
	2	-,63	,518	8
	3	,00	.	1
	Total	-,15	,770	27
Total	1	-,17	,827	134
	2	-,46	,730	37
	3	-,14	,900	7
Total	Total	-,23	,815	178

Και σε αυτή τη περίπτωση το **Levene's Test δείχνει ότι** $F(10,167) = 1,660$ με σημαντικότητα $Sig=0,094 > 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς ισχύει άρα μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: επαφή

F	df1	df2	Sig.
1,660	10	167	,094

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ασχολία + εισόδημα + ασχολία * εισόδημα

Και ως προς τη μεταβλητή “ευκολία χρήσης” το συμπέρασμα είναι ότι όλες οι ομάδες, παρά τις διαφορές μεταξύ τους, θεωρούν ότι “ οι υπηρεσίες” που προσφέρονται είναι ικανοποιητικές και σε καμία περίπτωση δεν αποτελούν εμπόδιο στην ικανοποίησή τους κατά την εκτέλεση των εξωτερικών τραπεζικών συναλλαγών.

Descriptive Statistics

Dependent Variable: ευκολία χρ

ασχολία	εισόδημα	Mean	Std. Deviation	N
α	α			
1	1	-,23	,679	60
	2	-,42	,469	12
	3	-,40	,894	5
	Total	-,27	,662	77
2	1	-,22	,651	44
	2	-,68	,337	11
	Total	-,31	,627	55
3	1	-,17	,807	12
	2	-,50	,837	6
	3	,00	.	1
	Total	-,26	,788	19
4	1	-,17	,804	18
	2	-,56	,417	8
	3	-1,00	.	1
	Total	-,31	,723	27
Total	1	-,21	,692	134
	2	-,54	,491	37
	3	-,43	,787	7
	Total	-,29	,670	178

Παρατηρούμε όμως ότι στη κατηγορία αυτή υπάρχει διαφοροποίηση καθώς η ομάδα των υψηλών εισοδημάτων είναι πιο συγκρατημένη στις απαντήσεις της ενώ η ομάδα των υπαλλήλων και των ελεύθερων επαγγελματιών που ανήκουν στην ομάδα των μεσαίων εισοδημάτων έχουν τη πιο θετική άποψη.

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: ευκολίαχρ

F	df1	df2	Sig.
2,858	10	167	,003

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ασχολία + εισόδημα + ασχολία * εισόδημα

Σε αυτή τη περίπτωση το **Levene's Test δείχνει ότι** $F(10,167) = 2,858$ έχει σημαντικότητα $Sig=0,003 < 0,05$ οπότε η μηδενική υπόθεση των ίσων διακυμάνσεων στους πληθυσμούς δεν ισχύει και επομένως δεν μπορούμε να αποδεχθούμε τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την σύγκριση των ομάδων μεταξύ τους χωρίς κάποιους επιπλέον ελέγχους.

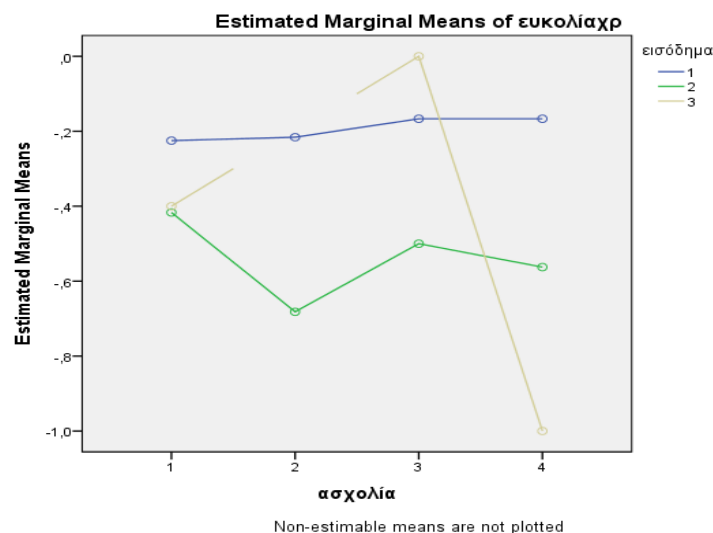
Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ευκολίαχρ

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4,338 ^a	10	,434	,965	,476	,055
Intercept	5,674	1	5,674	12,626	,000	,070
ασχολία	,769	3	,256	,571	,635	,010
εισόδημα	3,150	2	1,575	3,505	,032	,040
ασχολία * εισόδημα	,859	5	,172	,382	,861	,011
Error	75,050	167	,449			
Total	94,000	178				
Corrected Total	79,388	177				

a. R Squared = ,055 (Adjusted R Squared = -,002)

Όπως φαίνεται από τη στήλη Sig στον πίνακα που ακολουθεί η μεταβλητή "εισόδημα*ασχολία" έχει μια τιμή 0,861 μεγαλύτερη από την 0,05 και επομένως δεν φαίνεται ότι υπάρχει εξάρτηση μεταξύ "ασχολία" και "εισόδημα" ικανή να επηρεάζει την αίσθηση που υπάρχει για την "ευκολία χρήσης" των συναλλαγών.



6.7 ΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ ΑΤΜ

Οι ερωτήσεις που περιέχονται στην έρευνα και αφορούν τη χρήση των ΑΤΜ για τη διενέργεια εξωτραπεζικών συναλλαγών έχουν επιλεγεί και είναι εστιασμένες στους τέσσερις βασικούς άξονες ικανοποίησης των πελατών που είναι : η χρησιμότητα (οι υπηρεσίες που προσφέρονται), η ευκολία χρήσης, η αξιοπιστία (ασφάλεια συναλλαγών) και η προσωπική επαφή (φιλικότητα των συναλλαγών).

Στο ερωτηματολόγιο υπάρχουν 6 διπλές ερωτήσεις. Διπλές ερωτήσεις των οποίων το ένα σκέλος αφορούσε το τι πιστεύουν όσοι απαντάνε στο ερώτημα και το δεύτερο σκέλος αφορούσε το ποια πιστεύουν ότι είναι η κατάσταση στην Ελλάδα όσον αφορά το θέμα της ερώτησης.

Ερώτηση 1^η : πρέπει να υπάρχει διασπορά των ΑΤΜ ώστε να τα βρίσκει κάποιος εύκολα όταν τα χρειάζεται / στην Ελλάδα υπάρχει αξιολογη διασπορά των ΑΤΜ (άξονας ευκολίας χρήσης)

Ερώτηση 2^η : πρέπει να είναι ασφαλής (φωτισμένος, καλυπτόμενος, προστατευμένος) ο χώρος του ΑΤΜ / είναι στην Ελλάδα ασφαλής ο χώρος που βρίσκονται τα ΑΤΜ (άξονας ασφάλειας)

Ερώτηση 3^η : πρέπει να υπάρχουν στα ΑΤΜ υπηρεσίες για άτομα με ειδικές ανάγκες / στην Ελλάδα υπάρχουν τέτοιες υπηρεσίες (άξονας χρησιμότητας)

Ερώτηση 4^η : επιβεβαιώνεται η ταυτότητα του συναλλασσόμενου στα ΑΤΜ / Στην Ελλάδα επιβεβαιώνεται η ταυτότητα του συναλλασσόμενου στα ΑΤΜ (άξονας ασφάλειας)

Ερώτηση 5^η : πρέπει το ΑΤΜ να είναι φιλικό στη χρήση / είναι το ΑΤΜ στην Ελλάδα φιλικό στη χρήση (άξονας προσωπικής επαφής)

Ερώτηση 6^η : Στα ATM πρέπει να παρέχονται οδηγίες σε πολλές γλώσσες/ στα ATM στην Ελλάδα παρέχονται οδηγίες σε διαφορετικές γλώσσες (άξονας προσωπικής επαφής).

Και εδώ κάθε απάντηση στις ερωτήσεις δίνεται σε βαθμίδες της κλίμακας Likert. Η διαφορά μεταξύ των απαντήσεων στα δύο σκέλη της ερώτησης είναι και αυτή σε βαθμίδες της κλίμακας Likert. Η διαφορά αυτή δημιουργεί με τη σειρά της μια νέα μεταβλητή η οποία αντιπροσωπεύει την απόσταση που χωρίζει την αντίληψη για ένα χαρακτηριστικό και της αίσθησης της πραγματικότητας που υπάρχει και που σύμφωνα με όλες τις μελέτες είναι δηλωτική της ικανοποίησης των πελατών όσον αφορά το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της υπηρεσίας.

Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις 5 και 6 έχουν συμπυκνωθεί και δημιούργησαν τη νέα μεταβλητή “προσωπική επαφή” ενώ και οι ερωτήσεις 2 και 4 συμπύχθηκαν δημιουργώντας τη νέα μεταβλητή “σιγουριά”. Καταλήγουμε λοιπόν σε 4 μεταβλητές τις εξής : “σιγουριά”, “προς. επαφή”, “ευκολία χρήσης” και “υπηρεσίες”. Στις μεταβλητές αυτές προχωρήσαμε σε ανάλυση τους με τη χρήση του λογισμικού εφαρμοσμένης στατιστικής SPSS 20.

Ο πίνακας των Descriptive Statistics δεν δείχνει ουσιαστικές διαφορές μεταξύ των μεταβλητών και οι μέσες τιμές που προκύπτουν δείχνουν ότι οι απαντήσεις δε διακρίνουν μεγάλες αποκλίσεις ανάμεσα στην αντίληψη που υπάρχει και τη πραγματική κατάσταση στην Ελλάδα.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
ευκολία χρήσης	178	-,29	,670	,449	,536	,182
επαφή	178	-,23	,815	,664	,448	,182
υπηρεσίες	178	-,19	,703	,494	,483	,182
σιγουριά	178	-,34	,681	,464	,553	,182
Valid N (listwise)	178					

Φαίνεται επίσης ότι δεν υπάρχει διαφορά ούτε και στο εύρος των διακυμάνσεων που υπάρχουν όσον αφορά τη κάθε μεταβλητή. Αξίζει να σημειωθεί η μεγαλύτερη διακύμανση των απαντήσεων όσον αφορά τη “προσωπική επαφή” αλλά είναι ενδεχόμενο να επηρεάσθηκε από το γεγονός ότι πρόκειται για σύνθετη μεταβλητή της οποίας η μία συνιστώσα είναι ασαφής. Πράγματι, στην ερώτηση για την “αναφορά του ονοματεπώνυμου στη κάθε συναλλαγή υπάρχει ασάφεια γιατί μπορεί να γίνεται και για λόγους προσωπικής επαφής και για λόγους ασφάλειας.

Στο παράρτημα 5 εμφανίζονται οι πίνακες με τις συχνότητες που εμφανίζεται το κάθε επίπεδο των εκτιμήσεων της κατάστασης για κάθε ερώτηση ξεχωριστά. Επιλέχθηκαν και δημιουργήθηκαν τρία επίπεδα της κάθε κατάστασης

Το επίπεδο I (τιμή -1) : δεν υπάρχει καμία διαφορά ανάμεσα στη κατάσταση που υπάρχει στην Ελλάδα και αυτής που θα έπρεπε να υπάρχει

Το επίπεδο II (τιμή 0) : υπάρχει κάποια ασήμαντη έως μικρή διαφορά που χρειάζεται να καλυφθεί για να υπάρχει το επιθυμητό επίπεδο ικανοποίησης

Το επίπεδο III (τιμή +1) : υπάρχει μεγάλη διαφορά και χρειάζεται μεγάλες προσπάθειες για να φθάσουμε τα επιθυμητά αποτελέσματα

Όσον αφορά την “ευκολία χρήσης” το 55,1 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 23,6% ότι δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 21,4% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι 1 στους πέντε δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά την “προσωπική επαφή” το 47,2 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 28,7% δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 24,2% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι ένας στους τέσσερις δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά την “υπηρεσίες” το 53,9 % των απαντήσεων δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία διαφορά, το 20,2% δηλώνει ότι υπάρχει μικρή διαφορά και το τελευταίο 25,9% ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά. Παρατηρούμε ότι η κατανομή δεν είναι κανονική και επομένως μια από τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εφαρμογή της εφαρμοσμένης στατιστικής ανάλυσης δεν ικανοποιείται. Επίσης, το ότι ένας στους τέσσερις δηλώνει ότι υπάρχει μεγάλη διαφορά είναι σημαντικό.

Όσον αφορά τη “σιγουριά” το 88,2% βρίσκει ότι δεν υπάρχει διαφορά από το ιδεατό ενώ μόνο το 11,8% βρίσκει ότι υπάρχει απόκλιση και υπολείπεται του επιθυμητού. Αυτός είναι και ο λόγος που σήμερα η εμπιστοσύνη στις συναλλαγές μέσω ATM έχει τόσο μεγάλη αποδοχή 9σχεδόν το 70% των ερωτηθέντων κάνει τουλάχιστον κάποιες από τις συναλλαγές του μέσω ATM ενώ οι

συναλλαγές σε ATM έχουν πολύ υψηλά επίπεδα εμπιστοσύνης (μέση τιμή εμπιστοσύνης 5,57 με μέγιστη το 7,0)

Με την ίδια λογική όπως και στις συγκριτικές ερωτήσεις έγινε η επεξεργασία των ερωτήσεων ειδικά για τις συναλλαγές στα ATM.

Οι 4 συγκριτικές ερωτήσεις ήταν σχετικά με

qu11: αν πρέπει να υπάρχει διασπορά των ATMς (ευκολία)

qu12: αν πρέπει να υπάρχει καλός φωτισμός στα ATMς (ασφάλεια)

qu13 και qu15: αν χρειάζονται ευκολίες για άτομα με προβλήματα (εξειδικευμένες)

qu14 και qu16 : αν προωθούν την επαφή (επαφή)

Σε πρώτο στάδιο **συμπύξαμε τις qu13 και qu15 στην “εργονομία” και qu14 και qu16 στην “φιλικότητα”** χρησιμοποιώντας στο SPSS τη λειτουργία “Transform” και “Compute variable” οπότε έχουμε τον εξής πίνακα των **Descriptive Statistics** η ανάλυση του οποίου μας οδηγεί σε κάποια ενδιαφέροντα συμπεράσματα

	Mean	Std. Deviation	N
εγγύτηταATM	,77	,732	280
εργονομίαATM	2,08	,874	280
φιλικότηταATM	1,92	1,320	280
ασφάλειαATM	2,47	1,554	280

Όπως φαίνεται μέσα στις ομάδες υπάρχει διαφοροποίηση για τις εκτιμήσεις ως προς τη “ασφάλεια ” των συναλλαγών (μέση τιμή 2,47) στα ATM στην Ελλάδα σε σχέση με τις προσδοκίες που υπάρχουν ενώ για την “εγγύτητα ” οι προσδοκίες και η πραγματικότητα είναι πιο κοντά (μέση τιμή 0,77).

Στη συνέχεια για τις 4 ομάδες που δημιουργήθηκαν ελέγξαμε την **ανάλυση αξιοπιστίας Cronbach alpha** την εσωτερική συνοχή των 4 ομάδων ώστε να γίνει ένας αρχικός καθαρισμός της κλίμακας από τυχόν ομάδες που η εσωτερική συνοχή τους δεν ταιριάζει με το σύνολο.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	No. of Items
,803	,835	4

Ο συντελεστής Cronbach alpha βρέθηκε 0,803 που δείχνει μια καλή εσωτερική συνοχή των τεσσάρων ομάδων επομένως δεν βγάζουμε εκτός καμία ομάδα εφόσον ο πίνακας **Item-Total Statistics**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
φιλικότηταΑΤΜ	5,33	7,482	,621	,389	,755
εγγύτηταΑΤΜ	4,78	5,874	,720	,540	,723
εργονομίαΑΤΜ	5,16	9,392	,664	,451	,750

δείχνει ότι αν αφαιρεθεί κάποια ομάδα όχι μόνο δε βελτιώνεται ο συντελεστής alpha αλλά αντίθετα μειώνεται.

Inter-Item Correlation Matrix

	φιλικότηταΑΤΜ	εγγύτηταΑΤΜ	εργονομίαΑΤΜ
φιλικότηταΑΤΜ	1,000	,567	,506
εγγύτηταΑΤΜ	,567	1,000	,634
εργονομίαΑΤΜ	,506	,634	1,000

Ο πίνακας με τις μερικές συσχετίσεις των ομάδων δείχνει ότι υπάρχουν μέσοι βαθμοί συσχέτισης των δεδομένων μεταξύ των ομάδων (συντελεστές στη ζώνη 0,50-0,65)

Στη συνέχεια αποφασίσαμε να ελέγξουμε την συσχέτιση των αποτελεσμάτων των διαφορετικών ομάδων ανά δύο, εστιασμένοι σε αυτές που έχουν νόημα να γίνει συσχετισμός. Δημιουργήθηκε ένας πίνακας με τους συντελεστές Pearson

Correlations

		φιλικότητα ATM	ασφάλειαA TM
Φιλικότητα ATM	Pearson Correlation	1	,567**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	280	280
Ασφάλεια ATM	Pearson Correlation	,567**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	280	280

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

orrelations

		Εγγύτητα ATM	Εργονομία ATM
Εγγύτητα ATM	Pearson Correlation	1	,523**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	280	280
εργονομία αATM	Pearson Correlation	,523**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	280	280

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		εργονομίαAT M	φιλικότηταATM
εργονομία αATM	Pearson Correlation	1	,506**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	280	280
φιλικότητα αATM	Pearson Correlation	,506**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	280	280

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Εγγύτητα ATM	Φιλικότητα ATM
Εγγύτητα ATM	Pearson Correlation	1	,516**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	280	280
Φιλικότητα ATM	Pearson Correlation	,516**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	280	280

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Όπως διαπιστώνουμε **όλοι οι συντελεστές Pearson είναι στη περιοχή 0,5 υποδεικνύουν δηλαδή μια μέτρια ένδειξη συσχέτισης.**

Παρατηρώντας τα κοινά χαρακτηριστικά των μεταβλητών προχωρήσαμε στη σύνθεση τους (ίσως τελικά να έπρεπε να κρατηθεί η μεταβλητή “σιγουριά-ασφάλεια” ως ανεξάρτητη, αλλά δεν έχει και τόση σημασία για να επανέλθουμε) σε μία που ονομάσαμε “ATM” και την οποία θα χρησιμοποιήσουμε στη συνέχεια αφενός στη αναζήτηση σχέσεων με τις δημογραφικές μεταβλητές και αφετέρου στη τελική επεξεργασία των συμπερασμάτων με τη σύγκριση της “συνολικής ικανοποίησης”

COMPUTE ATM=Median(ευκολίααχρ,επαφή,υπηρεσίες,σιγουριά).
EXECUTE.

Για να γίνει η σύνθεση των τεσσάρων μεταβλητών σε μια έπρεπε η κανονικοποίηση που έγινε να είναι για όλες τις μεταβλητές ενιαία και για το λόγο αυτό βασίσθηκε στις πιο κάτω παραδοχές

Αν η διαφορά μικρότερη ή ίση με 1 τότε -1

Αν η διαφορά > 3 τότε 1

Αν η διαφορά δ = 2 ή 3 τότε 0

Παρατηρούμε ότι και η νέα μεταβλητή που δημιουργήσαμε, παρουσιάζει κοινά χαρακτηριστικά με τις συνιστώσες της και έντονη θετική κύρτωση ($\sigma = 0,563$) που σημαίνει ότι η μεγάλη πλειοψηφία των απαντήσεων βρίσκεται στο αριστερό κομμάτι της καμπύλης αλλά υπάρχει μεγάλη ουρά προς το δεξιό τέλος της κατανομής, όπως και οι κατανομές συχνοτήτων το μαρτυρούν.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
ATM	178	-,27	,693	,480	,563	,182
Valid N (listwise)	178					

Αντίθετα η κατανομή των συχνοτήτων στον επόμενο πίνακα μας δείχνει ότι το 48,3% των απαντήσεων θεωρεί ότι δεν υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στο τι θα περίμεναν από τις συναλλαγές τους στα ATM και τι πραγματικά αντιμετωπίζουν. Μόνο το 19,1% θεωρεί ότι στην Ελλάδα οι συναλλαγές στα ATM υπολείπονται του απαιτούμενου, ποσοστό μικρό μεν αλλά σημαντικό για τη γενίκευση αυτού του τύπου συναλλαγών.

ATM

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
-1	56	20,0	31,5	31,5
-1	19	6,8	10,7	42,1
-1	11	3,9	6,2	48,3
0	18	6,4	10,1	58,4
0	32	11,4	18,0	76,4
0	8	2,9	4,5	80,9
1	4	1,4	2,2	83,1
1	9	3,2	5,1	88,2
1	21	7,5	11,8	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

Ο πίνακας με τους συντελεστές συσχέτισης μας επιβεβαιώνει την ορθότητα της απόφασης για ενοποίηση των επιμέρους μεταβλητών σε μία. Πράγματι ενώ υπάρχουν υψηλοί συντελεστές Pearson συσχέτισης μεταξύ των 4 επί μέρους μεταβλητών (συντελεστές της τάξης του 0,70) με

Correlations

		ευκολίαχρ	επαφή	υπηρεσίες	σιγουριά	ATM
ευκολίαχρ	Pearson Correlation	1	,722**	,735**	,682**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
επαφή	Pearson Correlation	,722**	1	,657**	,702**	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
υπηρεσίες	Pearson Correlation	,735**	,657**	1	,694**	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
σιγουριά	Pearson Correlation	,682**	,702**	,694**	1	,867**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
ATM	Pearson Correlation	,871**	,867**	,864**	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	178	178	178	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

επικρατούσα στατιστική σημαντικότητα (Sig $p < 0,001$) οι συντελεστές συσχέτισης Pearson που έχει η νέα τελική μεταβλητή "ATM" είναι ακόμη υψηλότεροι (στη περιοχή του 0,87)

Εξετάζεται στη συνέχεια η θεώρηση που έχουν οι επιμέρους δημογραφικές ομάδες στην αντιμετώπιση και τη κριτική των συναλλαγών στα ATM. Για την αξιολόγηση των απαντήσεων χρησιμοποιήθηκε η σύγκριση των μέσων όρων βάσει των αποτελεσμάτων των t-test ανεξαρτησίας

Σχέση "ATM" και "φύλου"

Descriptives

ATM

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	91	1,76	,929	,097	1,56	1,95	1	3
2	86	2,03	1,048	,113	1,81	2,26	1	3
Total	177	1,89	,996	,075	1,74	2,04	1	3

Test of Homogeneity of Variances

ATM

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2,027	1	175	,156

Με Levene's test $F(1,176) = 2,027$ και Sig. $0,156 > 0,05$ και επομένως η διακύμανση των αποτελεσμάτων στα δύο φύλα είναι η ίδια.

ANOVA

ATM

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,384	1	3,384	3,461	,064
Within Groups	171,077	175	,978		
Total	174,460	176			

Καθώς Sig. 0,064 > 0,05 η διαφορά στο προσδιορισμό των μέσων τιμών ανάμεσα στα δύο φύλα ως προς την άποψη που έχουν για τη κατάσταση στις συναλλαγές στα ΑΤΜς δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση.

Σχέση "ΑΤΜ" και "ηλικίας"

Descriptives

ΑΤΜ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	108	1,87	1,003	,097	1,68	2,06	1	4
2	56	1,99	,984	,131	1,73	2,25	1	4
3	14	1,61	,984	,263	1,04	2,18	1	4
Total	178	1,89	,995	,075	1,74	2,03	1	4

Δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική διαφορά των μέσων τιμών ΟΛΩΝ των ηλικιακών ομάδων ούτε και διαφορά της μεταβλητότητας τους ως προς το πώς προσεγγίζουν τις συναλλαγές στα ΑΤΜ.

Test of Homogeneity of Variances

ΑΤΜ

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,707	2	175	,495

Για τους άνω των 45 ετών υπάρχει ένας προβληματισμός για το αποτέλεσμα. Ενώ έχουμε μικρότερη μέση τιμή δεν φαίνεται να είναι στατιστικά σημαντική αλλά ταιριάζει με τη παρατήρηση ότι οι μεγάλες ηλικιακά ομάδες δυσκολεύονται να προσαρμοσθούν στις συναλλαγές μέσω ΑΤΜ.

Τόσο όμως η ANOVA

ANOVA

ΑΤΜ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Between Groups	1,733	2	,866	,874	,419
Within Groups	173,520	175	,992		
Total	175,253	177			

όσο και ο πίνακας με τις Multiple Comparisons τιμές δείχνουν ότι οι διαφορές δεν είναι στατιστικά σημαντικές.

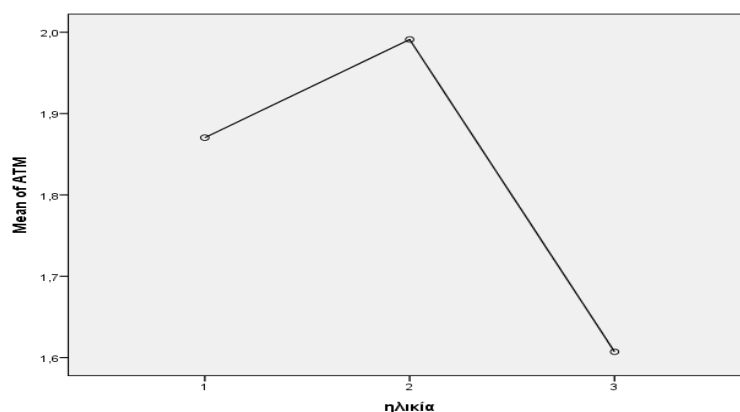
Multiple Comparisons

Dependent Variable: ATM

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,121	,164	,742	-,51	,27
	3	,263	,283	,622	-,41	,93
2	1	,121	,164	,742	-,27	,51
	3	,384	,298	,403	-,32	1,09
3	1	-,263	,283	,622	-,93	,41
	2	-,384	,298	,403	-1,09	,32

Με την ενδεικτική γραφική παράσταση που υπάρχει.



Σχέση "ΑΤΜ" και "εισόδημα"

Descriptives

ΑΤΜ

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	134	1,94	1,022	,088	1,77	2,12	1	4
2	37	1,76	,910	,150	1,45	2,06	1	4
3	7	1,50	,866	,327	,70	2,30	1	3
Total	178	1,89	,995	,075	1,74	2,03	1	4

Test of Homogeneity of Variances

ΑΤΜ

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,447	2	175	,238

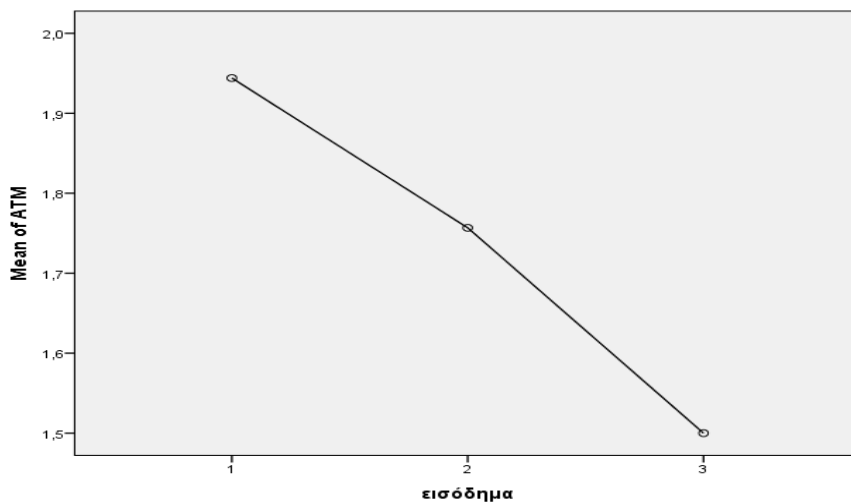
- Όσον αφορά το εισόδημα η ανάλυση των απαντήσεων δείχνει ότι υπάρχει μια σαφής στατιστικά σημαντική διαφοροποίηση των αποκρίσεων για τις ομάδες εισοδημάτων "εισόδημα μικρότερο από 25,000 €" και "εισόδημα μεταξύ 25 και 50,000 €" ενώ δεν υπάρχει διαφοροποίηση των ομάδων αυτών με τη τρίτη ομάδα "εισόδημα άνω των 50,000 €". Η ιδιαιτερότητα αυτή εμφανίζεται τόσο στο συντελεστή του Levene's test (Sig p = 0,041 < 0,05) όσο και στο Sig. (2-tailed) = 0,033 < 0,05 αλλά πρέπει μάλλον να αποδοθεί στη ιδιαιτερότητα της κατανομής των πληθυσμών των ομάδων (το 75% των απαντήσεων προέρχεται από άτομα της εισοδηματικής ομάδας χαμηλών εισοδημάτων)

ANOVA

ΑΤΜ

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,112	2	1,056	1,067	,346
Within Groups	173,141	175	,989		
Total	175,253	177			

Με την ίδια συλλογιστική, δεν εντοπίστηκε καμία συσχέτιση μεταξύ των διαφόρων εισοδηματικών ομάδων και της εκτέλεσης συναλλαγών σε ATM



Σχέση "ATM" και "ασχολίας"

Descriptives

ATM

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
1	77	1,83	,955	,109	1,61	2,05	1	4
2	55	1,74	,976	,132	1,47	2,00	1	4
3	19	2,29	1,045	,240	1,79	2,79	1	4
4	27	2,07	1,063	,204	1,65	2,49	1	4
Total	178	1,89	,995	,075	1,74	2,03	1	4

Test of Homogeneity of Variances

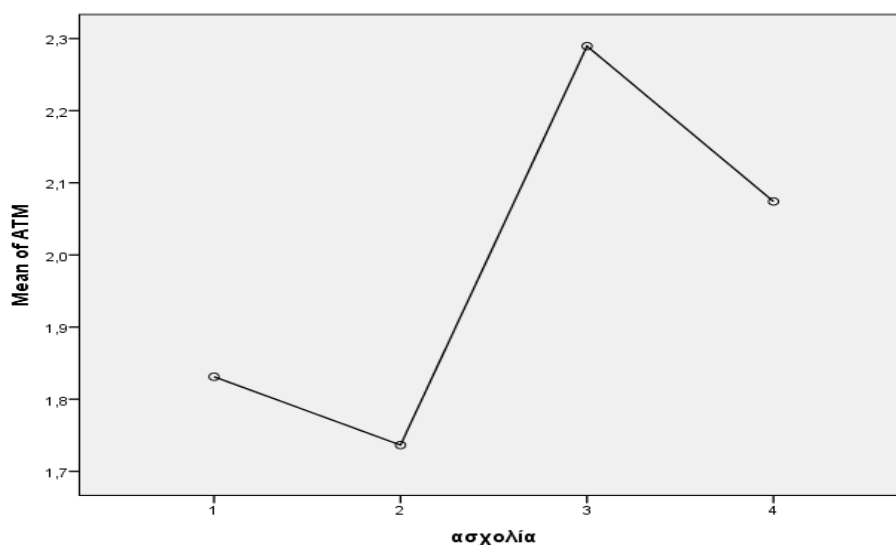
ATM

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,556	3	174	,645

ANOVA

ATM

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5,511	3	1,837	1,883	,134
Within Groups	169,742	174	,976		
Total	175,253	177			



Η έλλειψη σημαντικής στατιστικής επίδρασης της μιας ομάδας στις άλλες ισχύει και για την επίδραση των ομάδων ασχολιών

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ATM

Tukey HSD

(I) ασχολία	(J) ασχολία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,095	,174	,948	-,36	,55
	3	-,458	,253	,271	-1,11	,20
	4	-,243	,221	,690	-,82	,33
2	1	-,095	,174	,948	-,55	,36
	3	-,553	,263	,156	-1,23	,13
	4	-,338	,232	,467	-,94	,26
3	1	,458	,253	,271	-,20	1,11
	2	,553	,263	,156	-,13	1,23
	4	,215	,296	,886	-,55	,98
4	1	,243	,221	,690	-,33	,82
	2	,338	,232	,467	-,26	,94
	3	-,215	,296	,886	-,98	,55

Το σχήμα αυτό δείχνει ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες έχουν την πιο αρνητική άποψη για τις συναλλαγές στο ATM αλλά το συμπέρασμα αυτό πρέπει να συμπληρωθεί και από τα ευρήματα στις αμιγείς συναλλαγές του διαδικτύου εφόσον **πρακτικά ATM και Internet είναι δύο ενότητες συναλλαγών που κανονικά θα έπρεπε να δρουν συμπληρωματικά**. Στη περίπτωση αυτή αναμένουμε οι ελεύθεροι επαγγελματίες θα πρέπει να είναι δεκτικοί στο Internet banking.

Τέλος, το επίπεδο μόρφωσης δεν επηρεάζει σημαντικά τις απόψεις και κριτικές που υπάρχουν για τις συναλλαγές σε ATM. Απλά όπως φαίνεται από τον επόμενο πίνακα με τις μέσες τιμές

Μέσες τιμές για τα επίπεδα μόρφωσης

Μέση τιμή	Χαμηλό επίπεδο μόρφωσης	Απόφοιτος δευτεροβάθμιας	Απόφοιτος τριτ/μιας ή Διδακτορικό
	-0,34	-0,30	-0,27

όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο μόρφωσης τόσο πιο κριτικά στέκονται στα χαρακτηριστικά των συναλλαγών σε ATM χωρίς όμως να αλλάζει η μέση αίσθηση που υπάρχει. Να σημειωθεί ότι είναι πιθανόν η μη κανονική κατανομή των απαντήσεων (150 απαντήσεις ή το 84,2% προέρχονται από άτομα της ομάδας 3 (τριτ/μια εκπαίδευση ή διδακτορικό) να επηρεάζει τη μέση τιμή των μεταβλητών.

6.8 ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΓΙΑ ΤΟ ΑΜΙΓΕΣ E-BANKING

Με τον όρο αμιγές e-banking εννοούμε τις συναλλαγές που γίνονται μέσω υπολογιστή ή κινητού. Πρόκειται για τις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής γνωστές και ως Internet banking το οποίο μόλις ξεκίνησε να αναπτύσσεται. Για το λόγο αυτό δεν είναι ώριμες ακόμη οι κατάλληλες ερωτήσεις για να ανιχνευθούν οι βασικοί προβληματισμοί που επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών από τις συναλλαγές που διεξάγουν.

Στην έρευνα υπάρχουν 6 ερωτήσεις

Qui 1 Εξασφάλιση άμεσης σύνδεσης χωρίς τη μεσολάβηση μεγάλου χρόνου αναμονής

Qui 2 Παροχή επαρκούς πληροφόρησης και οδηγιών

Qui 3 Παροχή υπηρεσιών σε άτομα με ειδικά προβλήματα

Qui 4 Παρέχει ευχάριστο περιβάλλον κατά την αναμονή

Qui 5 Χρήσιμη ενημέρωση και διαφημίσεις

Qui 6 Διαμεσολάβηση υπαλλήλου και όχι αυτόματου τηλεφωνητή

Η διαχείριση τους έγινε με την ίδια λογική όπως τις άλλες ενότητες και τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον ακόλουθο πίνακα **Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	
					Statistic	Std. Error
αναμονή	178	1,98	1,605	2,576	,020	,182
νέεσοδηγίες	178	2,04	1,518	2,303	-,038	,182
ειδικεσπαροχές	178	2,38	1,587	2,520	-,356	,182
ευχάριστοπεριβάλλον	178	1,79	1,525	2,327	,183	,182
χρήσιμεςπληροφορίες	178	1,54	1,544	2,385	,423	,182
προσωπικήεπαφή	178	2,12	1,663	2,764	-,117	,182
Valid N (listwise)	178					

Τα βασικά συμπεράσματα που προκύπτουν από τον ανωτέρω πίνακα είναι τα εξής:

1.οι απαντήσεις έδειξαν ότι σε σχέση με ότι θεωρείται ως προϋπόθεση για να υπάρχει ικανοποίηση των πελατών από τις εξωτραπεζικές συναλλαγές η κατάσταση στην Ελλάδα χωρίς να

είναι απαράδεκτη για αυτό το είδος των συναλλαγών είναι μετρίως αποδεκτή. Οι μέσες τιμές που προκύπτουν βρίσκονται γύρω από τη περιοχή του 2,0. Υπενθυμίζεται ότι η τιμή 2,0 ανταποκρίνεται σε μια διαφορά 3 τουλάχιστον βαθμίδων στη κλίμακα αξιολόγησης.

Η μεγαλύτερη διαφορά υπάρχει στην ερώτηση σχετικά με την “ύπαρξη ιδιαίτερων χαρακτηριστικών στις συναλλαγές για άτομα με ειδικές ανάγκες”, π.χ. άτομα που δεν ακούνε καλά. Για τη περίπτωση αυτή η μέση τιμή είναι 2,38 τιμή ιδιαίτερα υψηλή. Είναι επίσης υψηλές οι μέσες τιμές που αφορούν την απαίτηση για προσωπική επαφή και όχι τον ψυχρό ήχο ενός ηχογραφημένου μηνύματος (μέση τιμή 2,12) καθώς και η ερώτηση η σχετική με τις νέες οδηγίες (μέση τιμή 2,04) και τους χρόνους αναμονής (μέση τιμή 1,98). Είναι χαρακτηριστικό ότι για όλα τα ζεύγη ερωτήσεων η μέση τιμή είναι μεγαλύτερη του 1,5.

Η διακύμανση των απαντήσεων είναι αρκετά μεγάλη. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι **εφόσον πρόκειται για κανονικοποιημένες τιμές (τιμές 0,2,4) δε μπορεί να γίνει σύγκριση με τις διακυμάνσεις άλλων ομάδων της έρευνας που είναι επίσης κανονικοποιημένες αλλά σε άλλη κλίμακα (-1,0,1).**

Η κύρτωση της κατανομής είναι θετική για τις περισσότερες περιπτώσεις, και αρνητική για τις περιπτώσεις της “προσωπικής επαφής”, της “νέες οδηγίες” και της “ειδικές υπηρεσίες για άτομα με προβλήματα”. Υπενθυμίζεται ότι αρνητική κύρτωση σημαίνει ότι ο μεγάλος αριθμός των αποτελεσμάτων βρίσκεται μετατοπισμένος στα δεξιά της καμπύλης, είναι δηλαδή πολλές οι απαντήσεις που παρουσιάζουν μεγάλη διαφορά ανάμεσα στις αναμενόμενες και τις πραγματικές παροχές στην Ελλάδα.

Οι μόνες μεταβλητές που έχουν κατανομή που πλησιάζει τη κανονική είναι οι μεταβλητές “μείωσης του χρόνου αναμονής” και “νέες οδηγίες”, όπου ο συντελεστής κύρτωσης είναι 0,020 και 0,038 αντίστοιχα, πολύ κοντά στη τιμή 0 που είναι η τιμή του συντελεστή για τη κανονική κατανομή.

Η σύγκριση των πινάκων με τις κατανομές της συχνότητας που εμφανίζεται κάθε χαρακτηριστική τιμή σε κάθε μεταβλητή δίνει ενδιαφέροντα συμπεράσματα. (παράρτημα 7)

Το πρώτο από αυτά είναι ότι επιβεβαιώνεται η παρατήρηση που ήθελε τις δύο μεταβλητές που αφορούν την “προσωπική επαφή” και τις “ειδικές υπηρεσίες” ως τις μεταβλητές εκείνες που οι απαντήσεις θεωρούν ότι υπάρχει η μεγαλύτερη διαφορά ανάμεσα στη παρούσα κατάσταση και αυτή που αναμένουν. Πράγματι, είναι οι μόνες περιπτώσεις που η συχνότητα εμφάνισης της μέγιστης διαφοράς είναι μεγαλύτερη από εκείνη της ενδιάμεσης (ποσοστά επί τοις εκατό 37,6 και 42,7 έναντι 30,9 και 33,7 αντίστοιχα)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
αναμονή	9,88	38,425	,681	,516	,850
νέες οδηγίες	10,07	40,267	,618	,487	,860
ειδικές παροχές	9,67	37,674	,633	,501	,848
ευχάριστο περιβάλλον	10,24	40,138	,605	,467	,883
χρήσιμες πληροφορίες	10,31	40,669	,584	,441	,866
προσωπική επαφή	9,73	37,622	,695	,520	,848

Στη συνέχεια για το σύνολο των μεταβλητών εξετάστηκε η εσωτερική τους συνοχή με τον έλεγχο της τιμής του συντελεστή Cronbach alpha.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha based on Standardized Items	N of Items
,877	,877	6

Η τιμή του συντελεστή Cronbach alpha 0,877 είναι αρκετά υψηλή και έχοντας ένα υψηλό συντελεστή Cronbach alpha, οι έξι μεταβλητές που εξετάζονται έχουν καλή εσωτερική συνοχή στο σύνολο τους και επομένως θεωρούνται κατάλληλες για συσχέτισμό χωρίς το φόβο να υπάρχει τυχόν επαναλήψιμο αποτέλεσμα. Πράγματι, από το πίνακα item total statistics παρατηρούμε ότι όποια μεταβλητή να αφαιρέσουμε ο νέος συντελεστής Cronbach που θα προκύψει θα είναι μικρότερος από τον 0,877.

Εξετάζουμε στη συνέχεια τον πίνακα με τους συντελεστές συσχέτισης και παρατηρούμε ότι δεν υπάρχουν συντελεστές που να έχουν υψηλές τιμές υποδηλώνοντας κάποια ισχυρή σχέση μεταξύ τους

Inter-Item Correlation Matrix

	αναμονή	νέεςοδηγίες	ειδικεςπαροχές	ευχάριστοπεριβάλλον	χρήσιμεςπληροφορίες	προσωπικήεπαφή
αναμονή	1,000	,423	,527	,560	,406	,560
νέεςοδηγίες	,423	1,000	,473	,434	,629	,501
ειδικεςπαροχές	,527	,473	1,000	,479	,462	,594
ευχάριστοπεριβάλλον	,560	,434	,479	1,000	,661	,614
χρήσιμεςπληροφορίες	,406	,629	,462	,661	1,000	,454
προσωπικήεπαφή	,560	,501	,594	,614	,454	1,000

Από τους πίνακες με την επεξεργασία των αποτελεσμάτων δημιουργούμε τη μεταβλητή “e-banking1” η οποία στη πραγματικότητα δεν είναι κάτι άλλο από το μέσο σταθμισμένο αποτέλεσμα των αποτελεσμάτων από τις τρεις αρχικές μεταβλητές “αναμονή”, “χρήσιμες πληροφορίες”, “μουσική”

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Variance	Skewness	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
e-banking1	178	1,74	1,518	2,306	,221	,182
Valid N (listwise)	178					

Η μεταβλητή “e-banking1” παρουσιάζει μια μέση τιμή και μια διακύμανση ανάλογη της κατανομής των αποτελεσμάτων στις συνιστώσες της. Πράγματι η μέση τιμή 1,76 εξ’ ορισμού βρίσκεται πολύ κοντά στο μέσο όρο 1,77 χωρίς όμως να ταυτίζεται με αυτόν εφόσον δεν πρόκειται για αριθμητικές τιμές αλλά για επίπεδα τιμών.

ebanking1

		Frequenc	Percent	Valid	%
		y		Percent	Cumulative
	0	64	22,9	36,0	36,0
Valid	2	73	26,1	41,0	77,0
	4	41	14,6	23,0	100,0
	Total	178	63,6	100,0	
Missing	System	102	36,4		
Total		280	100,0		

Μια πρώτη παρατήρηση είναι ότι μετασχηματίζοντας τις 3 μεταβλητές σε μόνο μια υπάρχει μια μετατόπιση σε πιο "ήπιες" απαντήσεις με αύξηση του ποσοστού των απαντήσεων «0» σε βάρος των απαντήσεων «4», ενώ η ενδιαμέση τάση «2» προσλαμβάνει από την «4» και προσφέρει στην «1» διατηρώντας λίγο πολύ την αρχική της δυναμική.

Εξετάζουμε πλέον τη συσχέτιση μεταξύ των μεταβλητών «e-banking 1», «ειδικές παροχές», «νέες οδηγίες» και «προσωπική επαφή». Επειδή, όπως φαίνεται από την πιο πάνω κατανομή των απαντήσεων που δεν είναι κανονική ο υπολογισμός των συντελεστών συσχέτισης ελέγχθηκε σύμφωνα με το chi squared test. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνονται οι συντελεστές Pearson που υπολογίσθηκαν

Correlations b

		ebanking1	ειδικεςπαροχ	νέεςοδηγί	προσωπικήεπ
			ές	ες	αφή
ebanking1	Pearson Correlation	1	,491**	,593**	,550**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
ειδικεςπαροχές	Pearson Correlation	,491**	1	,706**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
νέεςοδηγίες	Pearson Correlation	,593**	,706**	1	,562**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
προσωπικήεπαφ	Pearson Correlation	,550**	,658**	,562**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=178

Από τον πίνακα συμπεραίνουμε ότι υπάρχει μια μετρίως έντασης συσχέτιση (συντελεστές Pearson στη περιοχή 0,50-0,65) και επομένως μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι μεταβλητές αυτές σε μια προσεχή ανάλυση παλινδρόμησης χωρίς να φαλκιδευτούν τα αποτελέσματα.

Ας δούμε τα αποτελέσματα της αναζήτησης συσχετίσεων μεταξύ των δημογραφικών μεταβλητών και των προηγούμενων τεσσάρων μεταβλητών. Δημιουργήθηκαν οι πίνακες συσχέτισης για κάθε δημογραφική μεταβλητή ξεχωριστά και παρουσιάζονται στο παράρτημα 8

Από τα αποτελέσματα των πινάκων αυτών δημιουργήθηκε ο πίνακας που ακολουθεί

Significant correlation (p < 0,05)

	ebanking 1	ειδικεςπα ροχές	νέεςοδηγίες	προσωπι κήεπαφή
Φύλο	,739	,302	,028	,633
Ηλικία	,860	,888	,986	,799
εισόδημα	,383	,301	,228	,231
ασχολία	,012	,014	,024	,003

Από το πίνακα συμπεραίνουμε ότι υπάρχει μερική θετική συσχέτιση των τεσσάρων μεταβλητών μόνο με την ασχολία, ενώ υπάρχει και μεταξύ του φύλου και της μεταβλητής “νέες οδηγίες” (προς διερεύνηση)

6.9 ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ύστερα από όλη αυτή την ανάλυση των αποτελεσμάτων το συμπέρασμα είναι ότι αν και η γενική εικόνα των συναλλαγών μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι ικανοποιητική για να υπάρχει ολοκληρωτική ικανοποίηση στους πελάτες και να διαδοθεί πλήρως ο θεσμός του e-banking θα πρέπει οι τράπεζες να συνεχίσουν τις προσπάθειες τους βελτιώνοντας κάποια σημεία και ενημερώνοντας τους πελάτες σχετικά.

Τα βασικά χαρακτηριστικά που εντοπίστηκαν σε όλη τη προηγούμενη ανάλυση συνδέθηκαν με τον υπολογισμό των συντελεστών συσχέτισης Pearson και επαληθεύτηκαν με το συντελεστή Spearman rho για να αποφευχθούν τυχόν αλλοιώσεις από ακραίες τιμές.

Οι δύο μεταβλητές ήταν οι γενικές εικόνες από τα ερωτηματολόγια για τις συναλλαγές από τα ATM (μεταβλητή ATM) και από το Internet banking (ebanking 001). Η τρίτη μεταβλητή ήταν το γενικό συμπέρασμα από όλο το πρώτο ερωτηματολόγιο (ebanking011) ενώ παράλληλα διατηρήθηκαν οι μεταβλητές της “ευκολίας χρήσης”, της “σιγουριάς” και της “24ωρης συναλλαγής”. Τα αποτελέσματα δίνονται στο πίνακα με τους συντελεστές συσχέτισης:

Correlations

		ebanking001	ebanking011	Olikiiikanopiiisi	ATM	σιγουριά	συνεχής	Ευκολία
Spearman's rho	ebanking001	1,000	,012	,211**	,247**	,166*	,157*	-,209**
	Correlation Coefficient							
	Sig. (2-tailed)	.	,873	,005	,001	,027	,037	,005
	N	178	177	176	178	178	178	178
	ebanking011	,012	1,000	,230**	,445**	,428**	,287**	-,256**
	Correlation Coefficient							
	Sig. (2-tailed)	,873	.	,002	,000	,000	,000	,001
	N	177	177	176	177	177	177	177
	Olikiiikanopiiisi	-,211**	-,230**	1,000	,354**	,308**	,378**	,195**
	Correlation Coefficient							
	Sig. (2-tailed)	,005	,002	.	,000	,000	,000	,010
	N	176	176	176	176	176	176	176
	ATM	,247**	,445**	,354**	1,000	,870**	,680**	-,448**
	Correlation Coefficient							
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	.	,000	,000	,000
	N	178	177	176	178	178	178	178
σιγουριά	,166*	,428**	,308**	,870**	1,000	,527**	-,398**	
Correlation Coefficient								
Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000	,000	.	,000	,000	
N	178	177	176	178	178	178	178	
συνεχής	,157*	,287**	,378**	,680**	,527**	1,000	-,472**	
Correlation Coefficient								
Sig. (2-tailed)	,037	,000	,000	,000	,000	.	,000	
N	178	177	176	178	178	178	178	
Ευκολία	-,209**	-,256**	,195**	-,448**	-,398**	-,472**	1,000	
Correlation Coefficient								
Sig. (2-tailed)	,005	,001	,010	,000	,000	,000	.	
N	178	177	176	178	178	178	178	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Φαίνεται ότι όλες οι διαστάσεις που επιλέχθηκαν έχουν μια χαμηλή ή και μέτρια συσχέτιση με την ικανοποίηση των πελατών και μάλιστα το πρόσημο δείχνει ότι όταν η τιμή της συγκεκριμένης διάστασης μειωθεί (γίνει πιο αρνητική) τότε η συνολική ικανοποίηση των πελατών αυξάνεται. Λόγω της κανονικοποίησης για να μειωθεί η τιμή πρέπει να μην υπάρχουν διαφορές ανάμεσα σε αυτό που έχουν οι πελάτες στο μυαλό τους και τη πραγματικότητα στην Ελλάδα (τιμή -1). Αυτός πρέπει να είναι ο στόχος για τις τράπεζες.

Οι τιμές των συντελεστών σημαντικότητας Sig. (2-tailed) υποδηλώνουν ότι οι χαμηλές αυτές συσχετίσεις είναι όλες στατιστικά σημαντικές.

Να σημειωθεί ότι το απόλυτο μέγεθος του συντελεστή δεν έχει καμία σημασία εφόσον όλοι οι συντελεστές συσχέτισης βρίσκονται πολύ κοντά μεταξύ τους. Δε μπορεί επομένως κάποιος από τα αποτελέσματα της εργασίας να εστιάσει στην μια ή την άλλη διάσταση, όπως θα συνέβαινε αν κάποιος συντελεστής διέφερε αισθητά. Έτσι, **η συγκεκριμένη εργασία μπορεί μόνο να βοηθήσει στον προγραμματισμό των προσπαθειών για την αύξηση της ικανοποίησης των καταναλωτών** περιγράφοντας τους παράγοντες που μπορεί να επηρεάσουν θετικά την ικανοποίηση των πελατών.

Η συγκεκριμένη εργασία έρχεται επίσης να επιβεβαιώσει ευρήματα προηγούμενων ερευνών για την αξιολόγηση της ποιότητας των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην Ελλάδα ή σε άλλες χώρες (7), (16)

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σήμερα, ο ανταγωνισμός μεταξύ των τραπεζικών ομίλων είναι έντονος και το e-banking είναι ένας κρίσιμος παράγοντας που μπορεί να κάνει τη διαφορά. Ως εκ τούτου, κάθε μία από τις τράπεζες θα πρέπει να παρέχει στους πελάτες υπηρεσίες με τα καλύτερα ει δυνατόν χαρακτηριστικά. Χρειάζεται λοιπόν πρώτα να βρουν τα χαρακτηριστικά εκείνα που ικανοποιούν περισσότερο τους πελάτες. Και αφού τα εντοπίσουν θα πρέπει να πάρουν αποτελεσματικές αποφάσεις στις αναπτυξιακές στρατηγικές των υπηρεσιών τους και το μάρκετινγκ για να τα προωθήσουν ώστε να εξασφαλίσουν και να διατηρήσουν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε αυτόν τον κλάδο. Για το λόγο αυτό ενδιαφέρονται για μελέτες σχετικές με το προσδιορισμό των παραγόντων που συντελούν και επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών από τις εξωτραπεζικές συναλλαγές (e-banking) είτε σε γενικό επίπεδο είτε σε προεπιλεγμένες ομάδες πελατών.

Οι εξελίξεις στην τεχνολογία των πληροφοριών και των επικοινωνιών έχουν εκτινάξει τη προσφορά υπηρεσιών στον τραπεζικό κλάδο και οι τράπεζες υιοθετούν τις καινοτομίες της τεχνολογίας για να βελτιώσουν τη τεχνολογική τους υποδομή και να αυξήσουν τα επίπεδα ικανοποίησης των πελατών τους. Τα κέντρα υπηρεσιών (call centers), τα μηχανήματα ATM και το e-banking είναι κάποια τέτοια παραδείγματα και προήλθαν κάποιες φορές από παρόμοιες προτάσεις μάρκετινγκ.. Ωστόσο, όπως για κάθε νέο που εμφανίζεται, υπάρχει δυσπιστία ακόμη και δυσαρέσκεια των πελατών με αφορμή κάποια τυχαία τις περισσότερες φορές συμβάντα.

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθεί η επίδραση των παραγόντων που χαρακτηρίζουν το E-banking και επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών στη Ελλάδα. Από τη μελέτη της βιβλιογραφίας και των ερευνών που έχουν γίνει επιλέχθηκαν οι πιο κρίσιμοι παράγοντες και δημιουργήθηκε ένα ερωτηματολόγιο θεμελιωμένο σε αυτούς τους παράγοντες. Με βάση τις απαντήσεις πραγματοποιήθηκε ανάλυση συσχέτισης, τα αποτελέσματα της οποίας προσδιόρισαν τη σημαντικότητα της σχέση που υπάρχει μεταξύ των παραγόντων αυτών και την ικανοποίηση των πελατών.

Στα δεδομένα που συλλέχθηκαν έγινε στατιστική επεξεργασία με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS 20.0 για χρησιμοποιήθηκε για την επεξεργασία δεδομένων. Τα περιγραφικά στατιστικά και οι συντελεστές συσχέτισης βοήθησαν για να υπάρχει μια αντίληψη του πώς οι πελάτες αντιλαμβάνονται τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου και σε ποιο βαθμό ικανοποιούνται από αυτές. Ο πίνακας που ακολουθεί δίνει την μέση βαθμολογία σε κάθε ερώτηση που έγινε και τη μεταβλητότητα που υπήρχε στις απαντήσεις. Μια τελική ερώτηση που στη συνέχεια χρησίμευσε ως εξαρτημένη μεταβλητή ήταν το γενικό επίπεδο ικανοποίησης που έχουν οι πελάτες από τις υπηρεσίες e-banking που χρησιμοποιούν. Στην ερώτηση αυτή υπολογίσθηκε επίσης η μέση τιμή και η διακύμανση της.

Είναι προφανές από τα αποτελέσματα ότι οι πελάτες στη πράξη έχουν συνειδητοποιήσει ότι το e-banking είναι πολύ εύκολο στη χρήση, πολύ χρήσιμο και αποτελεσματικό και αξίζει να το προτιμούν σε σύγκριση με την παραδοσιακή μέθοδο τραπεζικής. Η αντιληπτή αξία για τις εξωτραπεζικές συναλλαγές βρίσκεται πολύ υψηλά σε όλες τις ερωτήσεις καθώς δεν υπάρχει ερώτηση με μέση τιμή χαμηλότερη του 5,0.

Κάθε ερώτηση προσδιορίζει και μια μεταβλητή. Στη συνέχεια για να βρεθεί μια σχέση μεταξύ των μεταβλητών που εξετάστηκαν και του μεγέθους της ικανοποίησης που έχουν οι πελάτες κάποιες ερωτήσεις ενοποιήθηκαν σε ενότητες. Μια ενότητα ήταν η εμπιστοσύνη, μια άλλη ενότητα ήταν η ασφάλεια των συναλλαγών μια άλλη ενότητα ήταν η αντιληπτή αξία των υπηρεσιών στα ATM καθώς και εκείνη στις συναλλαγές με e-banking. Για όλες τις ενότητες εξετάστηκαν οι

συντελεστές συσχέτισης μαζί με την μεταβλητή της συνολικής ικανοποίησης. Το μέγεθος και το πρόσημο του συντελεστή συσχέτισης μας δίνει ενδιαφέροντα συμπεράσματα.

Φαίνεται ότι στο e-banking υπάρχουν δύο κατηγορίες συναλλαγών με διαφορετική ανταπόκριση στο κόσμο. Ενώ οι συναλλαγές στα ATM έχουν γενικευθεί (μόνο το 3% των απαντήσεων δήλωσε πως δεν τα χρησιμοποιεί) και υπάρχει μεγάλος βαθμός εμπιστοσύνης στις συναλλαγές που διεξάγονται (μέση τιμή εμπιστοσύνης σε ATM 5,57 με 1,64 διακύμανση) υπάρχουν οι συναλλαγές στο κινητό όπου μόνο το 17% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι διενεργεί με πολύ μικρότερο βαθμό εμπιστοσύνης (μέση τιμή 3,84 με διακύμανση 1,87). Στην ενδιάμεση θέση με 42% χρησιμοποίηση και 4,65 μέση τιμή εμπιστοσύνης και 1,90 διακύμανση βρίσκονται οι συναλλαγές με web banking.

Υπάρχουν επομένως πολλά ακόμα που απαιτούνται να κάνει το τραπεζικό σύστημα και να ενημερώσει ανάλογα τους πελάτες για να προχωρήσουν στη γενικευμένη χρήση του διαδικτύου για τις τραπεζικές συναλλαγές τους. Η έρευνα έδειξε ότι, το κύριο πρόβλημα έγκειται ότι εξακολουθούν οι πελάτες να έχουν κυρίως το φόβο του hacking των λογαριασμών τους και ως εκ τούτου δεν επιδιώκουν τις συναλλαγές με internet ή mobile banking (22). Οι τράπεζες προσπαθούν συνεχώς να βελτιώνουν τα επίπεδα ασφαλείας παρέχοντας κάθε φορά όλο και τις καλύτερες επιλογές ασφάλειας για τους πελάτες, οι πελάτες αυτό το αναγνωρίζουν διότι η μέση τιμή της μεταβλητής “ασφάλεια” δείχνει ότι δεν θεωρούν ότι δεν υπάρχει διαφορά ανάμεσα στην αντίληψη που έχουν για ασφάλεια και αυτή που τους παρέχεται (μέση τιμή 0,72 στη κλίμακα όπου το 1 σημαίνει μικρές όχι σημαντικές διαφορές) αλλά η άποψη για το αν υπάρχει ασφάλεια στις συναλλαγές έχει μέση τιμή 4,684 δηλαδή βρίσκεται λίγο πάνω από το μέσο της κλίμακας Likert.

Ένα δεύτερο σημαντικό εύρημα είναι η σημασία που δίνουν οι πελάτες στη τακτική των «πρόσωπο με πρόσωπο συναλλαγών» και την ανάγκη να υπάρχει στις συναλλαγές μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής η «προσωπική επαφή». (μέση τιμή της αντίληψης για τη σημασία της «προσωπικής επαφής» 5,847 με διακύμανση 1,345 και με την αίσθηση της διαφοράς 0,237) Αυτό ισχύει ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικών κρίσεων, διότι σε τέτοιες περιόδους η εμπιστοσύνη των πελατών στα τραπεζικά ιδρύματα τίθεται σε κίνδυνο και χρειάζεται η προσωπική σχέση για να μειώσει το χάσμα που δημιουργείται..

Το τρίτο βασικό σημείο είναι το φάσμα των υπηρεσιών που παρέχεται και που η έρευνα έδειξε ότι θεωρείται ικανοποιητικό. Πράγματι, η μέση τιμή είναι στις μεταβλητές που έχουν σχέση μικρότερη από -0,3 τιμή που σημαίνει ότι οι υπηρεσίες που διατίθενται σήμερα δεν υπολείπονται πολύ των υπηρεσιών που ο πελάτης αντιλαμβάνεται ότι πρέπει να έχει. Αυτό δε σημαίνει όμως

ότι οι τράπεζες θα πρέπει να σταματήσουν να διερευνούν τις δυνατότητες που υπάρχουν για παροχή ανταγωνιστικών υπηρεσιών.

Αντίθετα φαίνεται ότι υπάρχει αντικείμενο στο κομμάτι των “ευκολιών χρήσης” που προσφέρονται. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι όπου εμφανίζεται η διάσταση αυτή υπάρχει χαμηλότερη των άλλων αποδοχή της πραγματικότητας. Πράγματι, στην ερώτηση για τις υπηρεσίες σε άτομα με ειδικά προβλήματα ακόμη και στα ATM η μέση τιμή των απαντήσεων ήταν -0,26 ενώ στις άλλες υπηρεσίες e-banking ήταν -0,19 ενώ υπάρχει η αντίληψη ότι αποτελεί βασική προϋπόθεση για την γενίκευση της χρήσης του (μέση τιμή = 4,989 στην υποβάθμιζα κλίμακα Likert)

Υπάρχουν πολλοί περιορισμοί και ενστάσεις σε αυτήν την μελέτη. Η έρευνα έγινε κατ’ ευθείαν, χωρίς να υπάρχει δηλαδή μια πρώτη προσέγγιση από απαντήσεις μιας επιλεγμένης ομάδας ατόμων που ήταν γνώστες του θέματος. Με τον τρόπο αυτό κάποιες ερωτήσεις δεν τέθηκαν ενώ άλλες που τέθηκαν δεν χρειάζονταν ή πλεόναζαν.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων “πάσχει ” από την έλλειψη βασικών στατιστικών παραδοχών και δεν υπήρχαν τα μέσα (χρόνος και γνώση) για να αναλυθούν με μη παραμετρικές μεθόδους. Διανεμήθηκε μέσα από το διαδίκτυο μη διασφαλίζοντας την έγκυρη δειγματοληψία και επομένως για όλους αυτούς τους λόγους τα ευρήματα δεν μπορούν να γενικευτούν παρά να επικεντρωθούν μόνο σε περιορισμένης έκτασης ανάλυση.

Επιπλέον οι πελάτες δίνουν μεγαλύτερη σημασία και αξιολογούν περισσότερο με βάση την αρνητική τους επίδραση από τυχόν παραλείψεις σε κάποιους τομείς παρά τις θετικές συνεισφορές σε άλλους. Χρειάζεται επομένως να μπου ενδεχομένως και συντελεστές στάθμισης.

Θα χρειασθούν επομένως περαιτέρω διορθωμένες μελέτες για να υπάρχουν καλύτερες πληροφορίες σχετικά με το αν οι παράγοντες αυτοί πραγματικά επηρεάζουν την ικανοποίηση των πελατών από τις τραπεζικές υπηρεσίες μέσω Διαδικτύου.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθεί η επίδραση της ποιότητας των βασικών υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (E-banking) στην ικανοποίηση των πελατών στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών στη Ελλάδα. Τα χαρακτηριστικά του E-banking που εξετάστηκαν σε αυτή τη μελέτη ήταν η ασφάλεια των συναλλαγών, η ευκολία χρήσης για τους χώρους συναλλαγών, είτε ήταν τα ΑΤΜ ή ο υπολογιστής, η φιλικότητα και η προσωπική επαφή κατά τη συναλλαγή, και το φάσμα των υπηρεσιών που η ηλεκτρονική τραπεζική μπορεί να προσφέρει. Με βάση τα αποτελέσματα, αποκαλύπτεται ότι **όλοι οι προαναφερθέντες παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά την ικανοποίηση των πελατών**. Ιδιαίτερα μάλιστα τη περίοδο αυτή που βρισκόμαστε εν μέσω κρίσης είναι προφανές ότι η ευαισθησία των ατόμων στη ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών που τους παρέχονται “κτυπάει κόκκινο”. Επιπλέον, όταν πραγματοποιήθηκε η ανάλυση συσχέτισης, μέσω των συντελεστών συσχέτισης τα αποτελέσματα έδειξαν ότι υπάρχει μια θετική και στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των E- τραπεζικών παραγόντων και την ικανοποίηση των πελατών. Σε γενικές γραμμές επομένως, η θετική και σημαντική επίδραση των χαρακτηριστικών του E-banking αιτιολογεί τον προσδιορισμό της ικανοποίησης των πελατών στην Ελλάδα.

Η έρευνα έγινε με περιορισμένα μέσα και μάλλον με λάθος προσέγγιση καθώς δε κατόρθωσε να δημιουργήσει μεταβλητές και ομάδες που έχουν κανονική ή έστω, κατά παρέκκλιση επειδή στη κλίμακα Likert αυτό δεν είναι πάντοτε εφικτό, “κωδωνοειδή” κατανομή. Επίσης δεν έγινε μια πρώτη προσέγγιση και συζήτηση, με άτομα εξοικειωμένα στο αντικείμενο των τραπεζικών συναλλαγών, τα οποία θα μπορούσαν να προσεγγίσουν καλύτερα το θέμα της έρευνας προτείνοντας χαρακτηριστικές διαστάσεις των βασικών παραγόντων, όπως για παράδειγμα μια ερώτηση για τη δυσκολία απομνημόνευσης του PIN. Αποτελεί όμως ένα μικρό σκαλοπάτι πάνω στο οποίο άλλοι ερευνητές που ενδιαφέρονται για τις δυνατότητες του e-banking μπορεί να αναλύσουν τους ίδιους παράγοντες εστιάζοντας είτε σε επιμέρους τομείς και κλάδους όπως π.χ. στο τομέα της βιομηχανίας ή σε επιμέρους ομάδες, π.χ. στους αγροτικούς πληθυσμούς. Επιπλέον, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν επίσης να αναπτύξουν μοντέλα που αποτελούνται από κάποιους άλλους παράγοντες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ικανοποίηση των πελατών στον τομέα των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

Ο παράγοντας του τραπεζικού κόστους δεν απασχόλησε καθόλου την εργασία εφόσον αυτή είχε επικεντρωθεί στις απαντήσεις των πελατών. Δεν παύει όμως να έχει σημαντική σχέση και να

πρέπει να μπει σε μια επόμενη έρευνα ίσως με τη μορφή ερώτησης του τύπου "πόσο εκτιμάτε ότι πρέπει να είναι το κόστος που επιθυμείτε να πληρώσετε για τη διασφάλιση των χαρακτηριστικών της ηλεκτρονικής τραπεζικής". Είναι βέβαιο ότι το κόστος, όπως και ο χρόνος, που δαπανάται για τους πελάτες του internet banking αν αυξηθεί η ικανοποίηση των πελατών θα μειωθεί.

Υπάρχει μια ισχυρή λογική βάση για τη χρησιμότητα της έρευνας αυτής και όλων των άλλων που έγιναν ή θα γίνουν. Η λογική είναι ότι αξιοποιώντας τα ευρήματα από αυτήν την έρευνα οι τράπεζες θα εστιάσουν στην βελτίωση των υπηρεσιών τους για τη καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών, ιδιαίτερα σε αυτή τη περίοδο της κρίσης. Θα έχουν επομένως μια ακόμη καλύτερη ευκαιρία για την αύξηση της ικανοποίησης των πελατών αυξάνοντας και τις πιθανότητες της μετατροπής των ικανοποιημένων πελατών σε πιστούς και μόνιμους πελάτες.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ – ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1988) SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Cronin, Mary J. (1997). *Banking and Finance on the Internet*, John Wiley and Sons
- Caruana, A. & Malta, M. (2002). Service loyalty –The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction. *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 7/8, (4)Rankl, W.; W. Effing (1997). *Smart Card Handbook*. John Wiley & Sons.
- (5) Wungwanitehakom, A. (2002) Adoption intention of Banking customers on internet Banking service. Retrieved on 13 February, 2010 from www.journal.au.odu/abac. \Journal / 2002.
- (6) Stevens, J. (1996) *Applied multivariate statistics in the behavioral science* (5th ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole
- (7) Rangsan Nochai, (2013). The Impact of Internet Banking Service on Customer Satisfaction in Thailand,,*International Journal OF Humanities & Management Sciences*, Issue1(2013).
- (8) Yin Robert, (2009). *Case study research. Design and methods*.Sage Publications,Thousand Oaks,4th ed. 2009
- (9) [Valarie Zeithaml](#), [Mary Jo Bitner](#), [Dwayne Gremler](#), (2006).*Services Marketing* McGraw-Hill Companies, 4th Ed. Incorporated, 2006
- (10) Bhavesh Vanparia & Tsoukatos Ev., 2006.Comparison of SERVQUAL, SERVPERF, BDQ and Bankqual SCALE IN BANKING SECTOR. www.researchgate.net/publication/260571215
- (11) [Mohammed Sadique Khan](#), [Siba Sankar Mahapatra](#). Service quality evaluation in internet banking: an empirical study in India, <http://dx.doi.org/10.1504/IJICBM.2009.021596>
- (12) Oliver, R.L., (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw-Hill, New York
- (13) ["How the ATM Revolutionized the Banking Business"](#). [Bloomberg](#). 27 March 2013.
- (14) Dilanthi Amaratunga et al., 2002. Quantitative and qualitative research in the built environment: application of “mixed” research approach. 1st International Postgraduate Conference, University of Salford, March 2001.
- (15) Introduction to Web-Banking <http://web-banking.org/accounts/introduction.html>
- (16) Khan, M.S., Mahapatra, S.S. and Sreekumar (2009) ‘Service quality evaluation in internet banking: an empirical study in India’, *Int. J. Indian Culture and Business Management*, Vol. 2,

- (17) Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: *Journal of Marketing*, 58(January), 111-24
- (18) Tsoukatos, E. & Mastrogianni, E. (2010). Key determinants of service quality in retail banking. *EuroMed Journal of Business*, 5, 85-100.
- (19) Muffatto, M. & Panizzolo, R. (1995). A process based view for customer satisfaction. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 12 (9)
- (20) Johnston, R. (1997). Identifying the critical determinant of service quality in retail banking: importance and effect. *International Journal of bank marketing*, Vol.15, No.4
- (21) Jun, M., and Cai, S., 2001. The key determinants of Internet banking service quality: A content analysis. *International Journal of Bank Marketing*. 19 (7)
- (22) W.J. Wong, and T.B. Chang, "Effect of perceived Risks on Adoption of Internet Banking Services," *International Journal of E-Business Research*, vol. 1, no. 1
- (23) Danniell, E., & Storey, C. (1997). Online banking Strategies & Management Challenges. *Long Range Planning*, 30 (6)
- (24) Karjaluoto, H., Mattila, M., & Pento, T. (2002). Factors underlying attitude formation towards online Internet banking in Finland. *International Journal of Bank Marketing*, 20(6)
- (25) Bahia, K., & Nantel, J. (2000). A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks. *The International Journal of Bank Marketing*, 18 (2),
- (26) E.Petridou, C.Spathis, N.Glaveli, (2005) "Bank Service Quality: Empirical evidence from Greek and Bulgarian customers" (2005) *Journal of Macromarketing*
- (27) Macorr research Solutions. Sample size methodology. <http://www.macorr.com/sample-size-methodology.htm>
- (28) Kristie Saumure & Lisa M. Given, 2008. Data saturation. *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*.
- (29) [Juan Carlos Fandos Roig](#) & [Javier Sanchez Garcia](#),(2006). Customer perceived value in banking services. *International Journal of Bank Marketing* Vol. 24 Iss 5
- (30) [Irene Braun](#),[Kerstin Pull](#) & Eberhard Karls,(2011). Outsourcing and service quality: theoretical framework and empirical evidence *Personnel Review* Vol. 40 Iss: 3
- (31) RFID: Radio Frequency IDentification: Applications and Implications for Consumers. FEDERAL trade commission, March 2005

- (32) Pollack B.,(2008). The nature of the service quality and satisfaction relationship. *Managing Service Quality*, Vol. 18 No 6
- (33) Brown S.W. & SwartzT.A., (1989) A gap analysis of professional service quality. *Journal of marketing*,vol. 53 No 4
- (34) Daniel E., (1999).Provision of electronic banking in the UK and Ireland. *Inter'l Journal of Bank Marketing*,vol. 17,No 2
- (35) Ongkasuwan, M. and Tantichaitanon, W. (2002)A comparative study of internet Banking in Thailand. Retrieved on May 2010 from [www.http://ecommerce.orth/ncb 2002/paper/ 55](http://ecommerce.orth/ncb 2002/paper/ 55).
- (36) Kham S.K, (2007). Adoption Issues of internet Banking in Pakistanis Firms. Luleo University of Technology, Sweden,
- (37) Kim, B. M. Widdows, R. and Yalmazor, T. (2006) The Determinants of consumer Adoption of internet Banking: Retrieved on July. 2010 from [www.http/papers.ssrn.com/s013/papers](http://papers.ssrn.com/s013/papers).
- (38) [Michael K Brady](#), [J. Joseph Cronin Jr.](#), [Richard R Brand](#), (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. [Journal of Business Research Volume 55, Issue 1](#), January 2002,
- (39) Lam, R. & Burton, S. 2006, 'SME banking loyalty (and disloyalty): A qualitative study in Hong Kong', *International Journal of Bank Marketing*, vol. 24, no.1
- (40) Jayawardhena, Chanaka; Foley, Paul Changes in the Banking Sector--The Case of Internet Banking in the UK *Internet Research*, v10 n1 p19-30 2000
- (41) Current Use of Mobile Banking and Payments Federal Reserve Consumers and Mobile Financial Services March 2012
- (42) Jacoby, J. and Keyner, D. B. (1973). Brand loyalty versus repeat purchasing behavior. *Journal of Marketing Research*, February, 10
- (43) Yap, B.Wah, T. Ramayah, Nushazelin, Wan and Shahidan, Wan, (2012)"Satisfaction and trust on customer loyalty: a PLS approach" *Business Strategy Series*, Vol.13,No.4,
- (44) Hsin-Hung, S. (2009) "The Correlation between Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Bank Industry-An Empirical Study with Switching Cost and Brand Preference as Moderators Variable" ,Department of International Business, Business Asia University, November 2009
- (45) Gritti, [P.](#) and Foss, [N.](#) (2010),"Customer satisfaction and competencies: an econometric study of an Italian bank", *Applied Economics Letters*, No.18, pp.1811-1817.
- (46) Andrew Musiime & Malinga Ramadhan,2011. Internet banking, consumer adoption and customer satisfaction *African Journal of Marketing Management* Vol. 3(10), October 2011
- (47) Mathew Joseph, Cindy McClure, Service quality in the banking sector: the impact of technology on service delivery *International Journal of Bank Marketing* 17/4 [1999]

- (48) Maryalice Citera, Russell Beauregard (2005). An experimental study of credibility in e-negotiations Psychology & Marketing Special Issue: Experiments in E-commerce [Volume 22, Issue 2](#), pages 163–179, February 2005
- (49) Power, J. D. and Associates, R. (2009) Customer commitment to Retail Banks Continuous Decline. Retrieved on May 29, 2009 from [www.http/bankmarketingnews](http://www.bankmarketingnews.com).
- (50) J. Ramola Premalatha & N. Sundaram, 2014. Reasons for Non-Adoption of Internet Banking: A Study with Reference to Vellore District of Tamil Nadu, India Asian Social Science; 2014, Vol. 10, No. 8
- (51) Eric Arnould, Linda Price, George M Zinkhan (2001). Consumers published by McGraw-Hill/Irwin
- (52) Saha, P. and Zhao, Y. (2006) Relationship between online service Quality and customer satisfaction. A study of internet Banking. Retrieved on April 2009 from [www:http/epub.ttu](http://www.epub.ttu.edu).
- (53) Zeithaml, V. A. Berry, C. L., Parasuraman A. (1996) The behavioural consequences of service Quality. Journal of Marketing, 60 (2):
- (54) Casalo, L. Flavián, C. and Guiraliu, M. (2008) the role of usability and satisfaction in the consumers commitment to a financial services. Website. Int. J. Electronic finance. 2 (1) 2008

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1^ο ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ



ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

Αγαπητέ Κύριε/ Αγαπητή Κυρία

Το ερευνητικό αυτό εργαλείο σχεδιάστηκε για την αξιολόγηση των Ηλεκτρονικών Τραπεζικών Υπηρεσιών που προσφέρονται στη χώρα μας. Ελπίζουμε ότι από την επεξεργασία των απαντήσεων που θα μας παραχωρήσετε θα προκύψουν χρήσιμα συμπεράσματα που θα βοηθήσουν στη βελτίωση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών τραπεζικών συναλλαγών προς όφελος των καταναλωτών.

Σας παρακαλούμε να διαθέσετε λίγα λεπτά για να απαντήσετε στις ερωτήσεις που ακολουθούν.

Ευχαριστώ για τη συνεργασία και το χρόνο που μου διαθέτετε

Φύλο	
Άνδρας	
Γυναίκα	

Ηλικία	
μέχρι και 25	
26-35	
36-45	
46-55	
άνω των 55	

Μορφωτικό Επίπεδο	
Α' Βάθμια Εκπαίδευση	
Β' Βάθμια Εκπαίδευση	
Γ' Βάθμια Εκπαίδευση	
Μεταπτυχιακά	

Οικογενειακή Κατάσταση

Έγγαμος	
Άγαμος	
Άλλο	

Οικογενειακό Εισόδημα (ετησίως)

< € 30.000,00	
€ 30.000,00 – 50.000,00	
€ 50.000,00 – 100.000,00	

> € 100.000,00

Απασχόληση	
Αγρότης	
Δημόσιος Υπάλληλος	
Εκπαιδευτικός	
Ελεύθερος Επαγγελματίας	
Επιχειρηματίας	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Ναυτικός	
Στέλεχος Επιχείρησης	
Συνταξιούχος	
Φοιτητής	
Άλλο	

Χρησιμοποιείτε Υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Τραπεζικών Συναλλαγών;(ATM,INTERNETBANKING,MOBILE	
ΝΑΙ	
ΟΧΙ	

Αν «ΝΑΙ» ποιες υπηρεσίες χρησιμοποιείτε; (Περισσότερες από μία απαντήσεις)	
ATM	
Τραπεζικές Συναλλαγές μέσω Internet	
Τραπεζικές Συναλλαγές μέσω Τηλεφώνου	
Άλλο	

Αν «ΝΑΙ» για ποιες από τις παρακάτω κατηγορίες συναλλαγών;

(Περισσότερες από μία απαντήσεις)

Πιστωτικές Κάρτες	
Καταθετικοί Λογαριασμοί	
Εμβάσματα από/προς τρίτους στο εσωτερικό	
Εμβάσματα από/προς τρίτους στο εξωτερικό	
Ηλεκτρονικές Αγορές	
Άλλο	

Αν «ΝΑΙ» πόσο συχνά πραγματοποιείτε συναλλαγές;

Κάνω όλες τις συναλλαγές μου μέσω Ηλεκτρονικών Δικτύων

Θα ήθελα να πραγματοποιώ περισσότερες αλλά δεν είναι πάντα διαθέσιμες

Δεν μου αρέσει η συναλλαγή με μηχανήματα αλλά κάποιες φορές αναγκάζομαι να τα χρησιμοποιώ

Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 το βαθμό εμπιστοσύνης σας στις Τραπεζικές Συναλλαγές Μέσω ATM

Δεν τις εμπιστεύομαι καθόλου

Τις Εμπιστεύομαι Απόλυτα

1	2	3	4	5	6	7

Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 την προσωπική σας ικανότητα στη χρήση των ATM

Καμία απολύτως
ικανότητα

Απόλυτη
ικανότητα

1	2	3	4	5	6	7

**Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 το βαθμό εμπιστοσύνης σας στις Τραπεζικές
Συναλλαγές μέσω Internet**

Δεν τις εμπιστεύομαι
καθόλου

Τις Εμπιστεύομαι
Απόλυτα

1	2	3	4	5	6	7

**Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 την προσωπική σας ικανότητα στη χρήση του
Internet για πραγματοποίηση Τραπεζικών Συναλλαγών**

Καμία απολύτως
ικανότητα

Απόλυτη
ικανότητα

1	2	3	4	5	6	7

**Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 το βαθμό εμπιστοσύνης σας στις Τραπεζικές
Συναλλαγές μέσω Τηλεφώνου**

Δεν τις εμπιστεύομαι
καθόλου

Τις Εμπιστεύομαι
Απόλυτα

1	2	3	4	5	6	7

**Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 το βαθμό εμπιστοσύνης σας στις Τραπεζικές
Συναλλαγές μέσω Τηλεφώνου**

Δεν τις εμπιστεύομαι

Τις Εμπιστεύομαι

καθόλου

Απόλυτα

1	2	3	4	5	6	7

Παρακαλούμε σημειώστε σε κλίμακα 1 έως 7 την προσωπική σας ικανότητα στη χρήση του Τηλεφώνου για πραγματοποίηση Τραπεζικών Συναλλαγών

Καμία απολύτως
ικανότητα

Απόλυτη
ικανότητα

1	2	3	4	5	6	7

Σημαντικότητα των Παροχών των Συστημάτων Ηλεκτρονικών Τραπεζικών Συναλλαγών

Με βάση τις προσωπικές σας εμπειρίες, παρακαλούμε να απαντήσετε στην ομάδα ερωτήσεων που ακολουθεί. Υποδείξτε μας το βαθμό στον οποίο θεωρείτε ότι οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής πρέπει να διαθέτουν τα χαρακτηριστικά που ακολουθούν και στη συνέχεια υποδείξτε μας την αντίληψή σας για το επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρονται στην Ελλάδα. Επιλέξτε το 7 αν συμφωνείτε απόλυτα ή το 1 αν, αντίθετα, διαφωνείτε απόλυτα. Αν πάλι η γνώμη σας δεν είναι τόσο απόλυτη επιλέξτε έναν ενδιάμεσο βαθμό.

Α. Γενικά για τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες

Οι ιδεώδεις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες πρέπει να είναι:							Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα είναι:						
Διαφωνώ απόλυτα				Συμφωνώ απόλυτα			Διαφωνώ απόλυτα				Συμφωνώ απόλυτα		
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

Εύκολες στη χρήση

Είναι διαθέσιμες 24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα

Καλύπτουν όλο το φάσμα των τραπεζικών συναλλαγών

Παρέχουν άμεση σύνδεση χωρίς άχρηστο χρόνο αναμονής

Παρέχουν σε νέους χρήστες έντυπο υλικό (π.χ. φυλλάδια) με πληροφορίες και οδηγίες χρήσης

Παρέχουν τη δυνατότητα ανοίγματος λογαριασμών ώστε να μπορούν άμεσα να εκτελεστούν συναλλαγές σε αυτούς (π.χ. άνοιγμα καταθετικού λογ/μου και άμεση κατάθεση σε αυτόν)

Εκτελούν όλες τις συναλλαγές με ακρίβεια

Παρέχουν έγγραφες εγγυήσεις για την ολοκλήρωση των συναλλαγών (π.χ. έκδοση αποδείξεων ή πιστοποιητικών)

Καταγράφουν με ακρίβεια όλες τις συναλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί

Παρέχουν εξατομικευμένες υπηρεσίες π.χ. χαιρετισμός με το όνομα του χρήστη

Παρέχουν εξειδικευμένες υπηρεσίες για ηλικιωμένους και άτομα με αναπηρία

Αντιμετωπίζουν αποτελεσματικά τα τυχόν παράπονα εντός 24 ωρών

Παρέχουν λεπτομερή πληροφόρηση για τις συναλλαγές

Εξασφαλίζουν απόλυτη ασφάλεια στις συναλλαγές

B. Αυτόματες Ταμειολογιστικές Μηχανές (ATM)

Η Ιδεώδης Υπηρεσία ATMs πρέπει να:							Η Υπηρεσία ATMs στην Ελλάδα:												
Διαφωνώ απόλυτα			Συμφωνώ απόλυτα				Διαφωνώ απόλυτα			Συμφωνώ απόλυτα									
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7						

Διαθέτει μονάδες διασπαρμένες έτσι ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη δυνατή πρόσβαση

Παρέχει ασφάλεια στους χρήστες, π.χ. καλά φωτισμένα ATMs για νυχτερινές συναλλαγές ή προστατευμένα σε ασφαλείς χώρους

Παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες σε ηλικιωμένους και άτομα με αναπηρία (π.χ. ράμπες πρόσβασης, καθίσματα κλπ)

Επιβεβαιώνει το όνομα του χρήστη στην οθόνη κατά τη διάρκεια της συναλλαγής

Είναι φιλικό στη χρήση ώστε να διευκολύνονται οι συναλλαγές

Παρέχει υπηρεσίες σε διάφορες γλώσσες (πέραν των Ελληνικών και Αγγλικών)

Γ. Τηλεφωνικές Συναλλαγές και Συναλλαγές μέσω Internet

Εξασφαλίζει άμεση σύνδεση χωρίς τη μεσολάβηση μεγάλου χρόνου αναμονής

Παρέχει οδηγίες σε νέους χρήστες (voice/on line)

Παρέχει επιπρόσθετες υπηρεσίες σε κατηγορίες πελατών, όπως άτομα περιορισμένης εκπαίδευσης, άτομα μεγάλης ηλικίας, άτομα με προβλήματα όρασης ή ακοής κλπ

Παρέχει ευχάριστο περιβάλλον κατά την αναμονή π.χ. μουσική κλπ

Παρέχει ευχάριστο περιβάλλον κατά την αναμονή π.χ. διαφημίσεις για άλλες υπηρεσίες της τράπεζας κλπ

Η τηλεφωνική εξυπηρέτηση παρέχεται από υπάλληλο (operator) και όχι από αυτόματο σύστημα φωνής (IVR)

Η Ιδεώδης Υπηρεσία Τραπεζικών Συναλλαγών μέσω Τηλεφώνου ή Internet πρέπει να:							Η Υπηρεσία Τραπεζικών Συναλλαγών μέσω Τηλεφώνου στην Ελλάδα:						
Διαφωνώ απόλυτα			Συμφωνώ απόλυτα				Διαφωνώ απόλυτα			Συμφωνώ απόλυτα			
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

Στο σημείο αυτό θα θέλαμε να μας υποδείξετε **την συνολική ικανοποίησή σας** από τις Ηλεκτρονικές Τραπεζικές Υπηρεσίες που προσφέρονται στην Ελλάδα. Βαθμολογήστε με 7 αν είστε απόλυτα ικανοποιημένοι ή με 1 αν, αντίθετα, είστε απόλυτα δυσαρεστημένοι. Αν η άποψή σας δεν είναι τόσο απόλυτη, βαθμολογήστε με κάποιον ενδιάμεσο βαθμό.

Συνολική Ικανοποίηση

Μηδεν-
ική

Από-
λυτη


Δεν έχω
γνώμη

1 2 3 4 5 6 7 **N**

--	--	--	--	--	--	--	--

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2° ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

http://www.raosoft.com/samplesize.html Σελίδα 1 από 3



Sample size calculator

What margin of error can you accept? %
5% is a common choice

What confidence level do you need? %
Typical choices are 90%, 95%, or 99%

What is the population size?
If you don't know, use 20000

What is the response distribution? %
Leave this as 50%

Your recommended sample size is **377**

This is the minimum recommended size of your survey. If you create a sample of this many people and get responses from everyone, you're more likely to get a correct answer than you would from a large sample where only a small percentage of the sample responds to your survey.

Online surveys with Vovici have completion rates of 66%!

Alternate scenarios

With a sample size of	<input type="text" value="100"/>	<input type="text" value="200"/>	<input type="text" value="300"/>	With a confidence level of	<input type="text" value="90"/>	<input type="text" value="95"/>	<input type="text" value="99"/>
Your margin of error would be	9.78%	6.89%	5.62%	Your sample size would need to be	267	377	643

7/3/2016

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3^ο ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΩΝ T-TEST ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΛΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ

Ως προς το εισόδημα

Group Statistics

	εισόδημα α	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	1	132	4,92	1,329	,116
	2	37	5,27	1,367	,225

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiika nopiisi	Equal variances assumed	,123	,726	- 1,3 91	167	,166	-,346	,249	-,837	,145
	Equal variances not assumed			- 1,3 69	56, 492	,176	-,346	,253	-,852	,160

Group Statistics

	εισόδημα	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopo	1	132	4,92	1,329	,116
iisi	3	7	5,29	2,215	,837

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Olik iika nop iisi	Equal variances assumed	3,725	,056	,676	137	,500	-,361	,535	-1,419	,696
	Equal variances not assumed			,428	6,318	,683	-,361	,845	-2,411	1,688

Group Statistics

	εισόδημα α	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Olikiikanopiisi	2	37	5,27	1,367	,225
	3	7	5,29	2,215	,837

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Olik iika nop iisi	Equal variances assumed	2,544	,118	-,025	42	,980	-,015	,625	-1,278	1,247
	Equal variances not assumed			-,018	6,891	,986	-,015	,867	-2,072	2,041

Ως προς την ασχολία

Group Statistics

	ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	1	75	5,01	1,351	,156
	2	55	4,80	1,603	,216

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	3,564	,061	,822	128	,413	,213	,260	-,300	,727
	Equal variances not assumed			,800	104,232	,425	,213	,267	-,315	,742

Group Statistics

	ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	1	75	5,01	1,351	,156
	3	19	5,21	,855	,196

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	2,770	,099	-,605	92	,547	-,197	,326	-,844	,450
	Equal variances not assumed			-,787	43,703	,436	-,197	,251	-,702	,308

Group Statistics

	α	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	1	75	5,01	1,351	,156
	4	27	5,30	1,235	,238

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	,092	,762	-,954	100	,342	-,283	,297	-,871	,305
	Equal variances not assumed			-,996	49,971	,324	-,283	,284	-,854	,288

Group Statistics

	α	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	2	55	4,80	1,603	,216
	3	19	5,21	,855	,196

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	8,838	,004	-1,062	72	,292	-,411	,387	-1,181	
	Equal variances not assumed			-1,406	59,181	,165	-,411	,292	-,995	

Group Statistics

	αχολί α	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	2	55	4,80	1,603	,216
	4	27	5,30	1,235	,238

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	3,138	,080	-1,414	80	,161	-,496	,351	-1,195	,202
	Equal variances not assumed			-1,545	65,315	,127	-,496	,321	-1,138	,145

Group Statistics

	ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Oliikiikanopiisi	3	19	5,21	,855	,196
	4	27	5,30	1,235	,238

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Oliikiikanopiisi	Equal variances assumed	2,219	,143	-,262	44	,795	-,086	,328	-,747	,575
	Equal variances not assumed			-,278	43,997	,782	-,086	,308	-,707	,535

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4° ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ t-test ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑΣ ΤΩΝ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ATM

Ως προς την ηλικία

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	108	-,25	,690	,066
	3	14	-,55	,681	,182

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,313	,577	1,527	120	,129	,299	,196	-,089	,687
	Equal variances not assumed			1,544	16,663	,141	,299	,194	-,110	,708

Group Statistics

	ηλικία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	2	56	-,24	,696	,093
	3	14	-,55	,681	,182

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,105	,747	1,530	68	,131	,317	,207	-,097	,730
	Equal variances not assumed			1,551	20,367	,136	,317	,204	-,109	,743

Ως προς τη μόρφωση

	Μόρφωση	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	8	-,34	,876	,310
	2	20	-,30	,746	,167

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,172	,681	-,134	26	,895	-,044	,328	-,717	,630
	Equal variances not assumed			-,124	11,304	,903	-,044	,352	-,815	,728

	Μόρφωση	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	8	-,34	,876	,310
	3	150	-,27	,680	,056

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,819	,367	-,315	156	,754	-,079	,250	-,573	,416
	Equal variances not assumed			-,250	7,457	,809	-,079	,315	-,813	,656

Group Statistics

	Μόρφωση	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	2	20	-,30	,746	,167
	3	150	-,27	,680	,056

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,327	,568	-,214	168	,831	-,035	,164	-,358	,288
	Equal variances not assumed			-,199	23,406	,844	-,035	,176	-,398	,328

Ως προς το εισόδημα

	Εισόδημα	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	134	-,21	,711	,061
	3	7	-,43	,787	,297

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,108	,743	,800	139	,425	,221	,277	-,326	,769
	Equal variances not assumed			,729	6,522	,491	,221	,304	-,507	,950

	Εισόδημα	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	134	-,21	,711	,061
	2	37	-,48	,569	,094

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	4,259	,041	2,149	169	,033	,273	,127	,022	,523
	Equal variances not assumed			2,435	70,127	,017	,273	,112	,049	,496

Group Statistics

	Εισόδημα	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	3	7	-,430	0,787	0,297
	2	37	-,48	,569	,094

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	1,959	0,169	,205	42	,839	,051	,249	-,452	,555
	Equal variances not assumed			,164	7,236	,874	,051	,312	-,681	,784

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	77	-,30	,676	,077
	2	55	-,25	,712	,096

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,129	,720	-,373	130	,710	-,045	,122	-,287	,196
	Equal variances not assumed			-,369	112,707	,713	-,045	,123	-,289	,198

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	77	-,30	,676	,077
	3	19	-,18	,749	,172

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
ATM	Equal variances assumed									
	,169	,682	-,629	94	,531	-,111	,177	-,462	,240	
	Equal variances not assumed									
			-,591	25,708	,560	-,111	,188	-,499	,276	

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	1	77	-,30	,676	,077
	4	27	-,31	,692	,133

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed								
	,035	,852	,127	102	,899	,019	,152	-,282	,321
	Equal variances not assumed								
			,126	44,597	,900	,019	,154	-,291	,329

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	2	55	-,25	,712	,096
	4	27	-,31	,692	,133

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ATM	Equal variances assumed	,178	,674	,391	80	,697	,065	,166	-,265	,395
	Equal variances not assumed			,395	53,139	,695	,065	,164	-,264	,394

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	2	55	-,25	,712	,096
	3	19	-,18	,749	,172

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
ATM										
	Equal variances assumed	,022	,883	-,343	72	,733	-,066	,192	-,449	,317
	Equal variances not assumed			-,334	30,008	,741	-,066	,197	-,468	,336

Group Statistics

	Ασχολία	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ATM	3	19	-,18	,749	,172
	4	27	-,31	,692	,133

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
ATM	Equal variances assumed	,198	,658	,609	44	,546	,131	,214	-,301	,563
	Equal variances not assumed			,601	36,890	,552	,131	,217	-,310	,571

υπηρεσίες

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-1	48	17,1	27,0
	-1	48	17,1	53,9
	0	36	12,9	74,2
	1	16	5,7	83,1
	1	30	10,7	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing	System	102	36,4	
Total	280	280	100,0	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5 ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΕΣ ΕΜΦΑΝΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΠΕΔΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΑΤΜ

ευκολία χρήσης

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-1	61	21,8	34,3	34,3
	-1	37	13,2	20,8	55,1
	0	42	15,0	23,6	78,7
	1	19	6,8	10,7	89,3
	1	19	6,8	10,7	100,0
	Total	178	63,6	100,0	
Missing	System	102	36,4		
Total		280	280	100,0	

σιγουριά

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-1	82	29,3	46,1	46,1
	0	75	26,8	42,1	88,2
	1	21	7,5	11,8	100,0
	Total	178	63,6	100,0	
Missing	System	102	36,4		
Total		280	280	100,0	

επαφή

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-1	84	30,0	47,2	47,2
	0	51	18,2	28,7	75,8
	1	43	15,4	24,2	100,0
	Total	178	63,6	100,0	
Missing	System	102	36,4		
Total		280	280	100,0	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 6^ο ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕ ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Multiple Comparisons

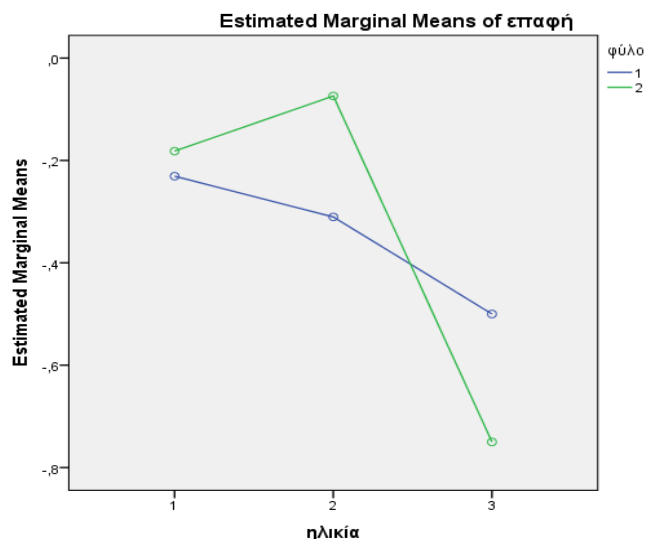
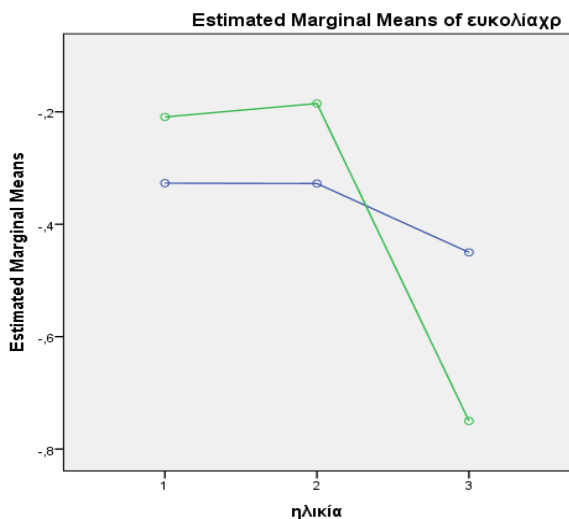
Dependent Variable: ευκολίαχρ

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	-,01	,111	,998	-,27	,26
	3	,27	,191	,339	-,18	,72
2	1	,01	,111	,998	-,26	,27
	3	,28	,201	,356	-,20	,75
3	1	-,27	,191	,339	-,72	,18
	2	-,28	,201	,356	-,75	,20

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,453.



MultipleComparisons

Dependent Variable: επαφή

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	MeanDifferen nce (I-J)	Std. Error	Sig.	95% ConfidenceInterval	
					LowerBoun d	UpperBoun d
1	2	-,01	,135	,997	-,33	,31
	3	,37	,233	,261	-,18	,92
2	1	,01	,135	,997	-,31	,33
	3	,37	,245	,278	-,20	,95
3	1	-,37	,233	,261	-,92	,18
	2	-,37	,245	,278	-,95	,20

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,671.

MultipleComparisons

Dependent Variable: υπηρεσίες

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	MeanDifferenc e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% ConfidenceInterval	
					LowerBound	UpperBound
1	2	-,08	,116	,768	-,36	,19
	3	,15	,200	,730	-,32	,63
2	1	,08	,116	,768	-,19	,36
	3	,23	,211	,514	-,27	,73
3	1	-,15	,200	,730	-,63	,32
	2	-,23	,211	,514	-,73	,27

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,497.

Multiple Comparisons

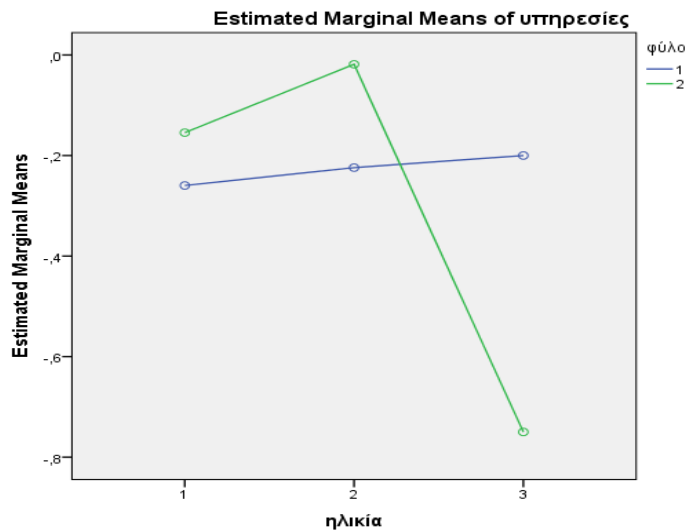
Dependent Variable: σιγουριά

Tukey HSD

(I) ηλικία	(J) ηλικία	Mean Difference e (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,10	,113	,632	-,16	,37
	3	,28	,194	,318	-,18	,74
2	1	-,10	,113	,632	-,37	,16
	3	,18	,204	,657	-,30	,66
3	1	-,28	,194	,318	-,74	,18
	2	-,18	,204	,657	-,66	,30

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,467.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 5° ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΑΤΜ

Descriptive Statistics

Dependent Variable: ευκολίαχρ

ασχολία	εισόδημα	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,23	,679	60
	2	-,42	,469	12
	3	-,40	,894	5
	Total	-,27	,662	77
2	1	-,22	,651	44
	2	-,68	,337	11
	Total	-,31	,627	55
3	1	-,17	,807	12
	2	-,50	,837	6
	3	,00	.	1
	Total	-,26	,788	19
4	1	-,17	,804	18
	2	-,56	,417	8
	3	-1,00	.	1
	Total	-,31	,723	27
Total	1	-,21	,692	134
	2	-,54	,491	37
	3	-,43	,787	7
	Total	-,29	,670	178

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: ευκολίαχρ

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ευκολίαχρ

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4,338 ^a	10	,434	,965	,476	,055
Intercept	5,674	1	5,674	12,626	,000	,070
ασχολία	,769	3	,256	,571	,635	,010
εισόδημα	3,150	2	1,575	3,505	,032	,040
ασχολία * εισόδημα	,859	5	,172	,382	,861	,011
Error	75,050	167	,449			
Total	94,000	178				
Corrected Total	79,388	177				

a. R Squared = ,055 (Adjusted R Squared = -,002)

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ευκολίαχρ

Tukey HSD

(I) ασχολία	(J) ασχολία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,04	,118	,984	-,26	,35
	3	,00	,172	1,000	-,45	,44
	4	,05	,150	,988	-,34	,44
2	1	-,04	,118	,984	-,35	,26
	3	-,05	,178	,994	-,51	,42
	4	,01	,158	1,000	-,40	,41
3	1	,00	,172	1,000	-,44	,45
	2	,05	,178	,994	-,42	,51
	4	,05	,201	,994	-,47	,57
4	1	-,05	,150	,988	-,44	,34
	2	-,01	,158	1,000	-,41	,40
	3	-,05	,201	,994	-,57	,47

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,449.

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ευκολίαχρ

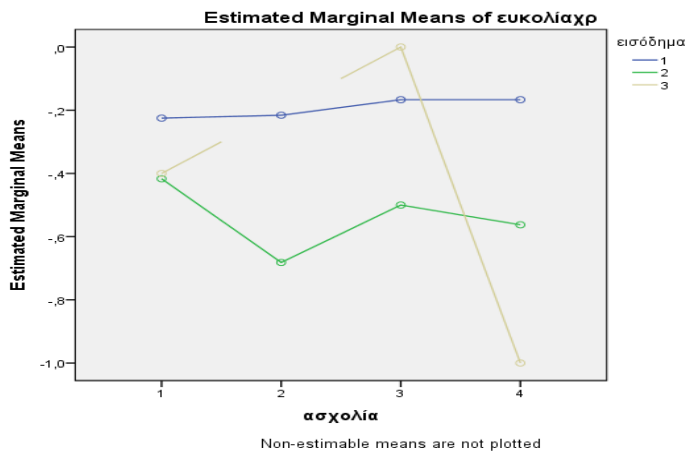
Tukey HSD

(I) εισόδημα	(J) εισόδημα	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,33*	,124	,023	,04	,63
	3	,22	,260	,676	-,40	,83
2	1	-,33*	,124	,023	-,63	-,04
	3	-,11	,276	,914	-,77	,54
3	1	-,22	,260	,676	-,83	,40
	2	,11	,276	,914	-,54	,77

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,449.

*. The mean difference is significant at the ,05 level.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 7 ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΚΑΤΑΝΟΜΗΣ ΤΗΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ “e-banking”

αναμονή

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	58	20,7	32,6	32,6
Valid 2	64	22,9	36,0	68,5
4	56	20,0	31,5	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

νέες οδηγίες

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	49	17,5	27,5	27,5
Valid 2	76	27,1	42,7	70,2
4	53	18,9	29,8	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

ειδικές παροχές

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
0	42	15,0	23,6	23,6
Valid 2	60	21,4	33,7	57,3
4	76	27,1	42,7	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

ευχάριστο περιβάλλον

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	62	22,1	34,8	34,8
Valid 2	73	26,1	41,0	75,8
Valid 4	43	15,4	24,2	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

χρήσιμες πληροφορίες

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	78	27,9	43,8	43,8
Valid 2	63	22,5	35,4	79,2
Valid 4	37	13,2	20,8	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

προσωπική επαφή

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	56	20,0	31,5	31,5
Valid 2	55	19,6	30,9	62,4
Valid 4	67	23,9	37,6	100,0
Total	178	63,6	100,0	
Missing System	102	36,4		
Total	280	100,0		

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 8° ΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΜΕΡΙΚΗΣ ΣΥΣΧΕΤΙΣΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ

Correlations^c

		ebanking1	ειδικες παροχές	νέεςοδηγίες	προσωπική επαφή	φύλο
ebanking1	Pearson Correlation	1	,492**	,596**	,551**	,025
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,739
ειδικες παροχές	Pearson Correlation	,492**	1	,706**	,658**	,078
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,302
νέεςοδηγίες	Pearson Correlation	,596**	,706**	1	,562**	,165*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,028
προσωπική επαφή	Pearson Correlation	,551**	,658**	,562**	1	,036
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,633
φύλο	Pearson Correlation	,025	,078	,165*	,036	1
	Sig. (2-tailed)	,739	,302	,028	,633	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=177

Correlations^b

		ebanking1	ειδικές παροχές	νέεςοδηγίες	προσωπική επαφή	ηλικία
ebanking1	Pearson Correlation	1	,491**	,593**	,550**	-,013
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,860
ειδικες παροχές	Pearson Correlation	,491**	1	,706**	,658**	,011
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,888
νέεςοδηγίες	Pearson Correlation	,593**	,706**	1	,562**	,001
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,986
προσωπική επαφή	Pearson Correlation	,550**	,658**	,562**	1	,019
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,799
ηλικία	Pearson Correlation	-,013	,011	,001	,019	1
	Sig. (2-tailed)	,860	,888	,986	,799	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=178

Correlations^b

		ebanking1	ειδικες παροχές	νέεςοδηγίες	προσωπικήεπα φή	ασχολία
ebanking1	Pearson Correlation	1	,491**	,593**	,550**	,066
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,383
ειδικεςπαροχές	Pearson Correlation	,491**	1	,706**	,658**	,078
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,301
νέεςοδηγίες	Pearson Correlation	,593**	,706**	1	,562**	,091
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,228
προσωπικήεπαφή	Pearson Correlation	,550**	,658**	,562**	1	,090
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,231
ασχολία	Pearson Correlation	,066	,078	,091	,090	1
	Sig. (2-tailed)	,383	,301	,228	,231	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=178

Correlations^c

		ebanking1	ειδικεςπαροχές	νέεςοδηγίες	προσωπικήεπα φή	εισόδημ α
ebanking1	Pearson Correlation	1	,491**	,593**	,550**	-,187*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,012
ειδικεςπαροχές	Pearson Correlation	,491**	1	,706**	,658**	-,183*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,014
νέεςοδηγίες	Pearson Correlation	,593**	,706**	1	,562**	-,169*
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,024
προσωπικήεπαφή	Pearson Correlation	,550**	,658**	,562**	1	-,218**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,003
εισόδημα	Pearson Correlation	-,187*	-,183*	-,169*	-,218**	1
	Sig. (2-tailed)	,012	,014	,024	,003	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Listwise N=178

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 9° ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ TWO-WAY ANOVA για "ασφάλεια"

Between-Subjects Factors

		N
ασχολία	1	77
	2	55
	3	19
	4	27
εισόδημα	1	134
	2	37
	3	7

Descriptive Statistics

Dependent Variable: ασφάλεια

ασχολία	εισόδημα	Mean	Std. Deviation	N
1	1	-,08	,829	60
	2	-,25	,866	12
	3	-,40	,894	5
	Total	-,13	,833	77
2	1	-,11	,784	44
	2	-,18	,751	11
	Total	-,13	,771	55
3	1	,17	,835	12
	2	-,33	,816	6
	3	1,00	.	1
	Total	,05	,848	19
4	1	,00	,840	18
	2	-,38	,518	8
	3	-1,00	.	1
	Total	-,15	,770	27
Total	1	-,06	,811	134
	2	-,27	,732	37
	3	-,29	,951	7
	Total	-,11	,802	178

Levene's Test of Equality of Error Variances^a

Dependent Variable: ασφάλεια

F	df1	df2	Sig.
,824	10	167	,606

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + ασχολία + εισόδημα + ασχολία

* εισόδημα

Tests of Between-Subjects Effects

Dependent Variable: ασφάλεια

Source	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Partial Eta Squared
Corrected Model	4,776 ^a	10	,478	,732	,694	,042
Intercept	,704	1	,704	1,079	,300	,006
ασχολία	2,218	3	,739	1,133	,337	,020
εισόδημα	1,922	2	,961	1,473	,232	,017
ασχολία * εισόδημα	2,489	5	,498	,763	,578	,022
Error	108,977	167	,653			
Total	116,000	178				
Corrected Total	113,753	177				

a. R Squared = ,042 (Adjusted R Squared = -,015)

ασχολία

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ασφάλεια

Tukey HSD

(I) ασχολία	(J) ασχολία	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,00	,143	1,000	-,37	,37
	3	-,18	,207	,814	-,72	,35
	4	,02	,181	1,000	-,45	,49
2	1	,00	,143	1,000	-,37	,37
	3	-,18	,215	,837	-,74	,38
	4	,02	,190	1,000	-,47	,51
3	1	,18	,207	,814	-,35	,72
	2	,18	,215	,837	-,38	,74
	4	,20	,242	,840	-,43	,83
4	1	-,02	,181	1,000	-,49	,45
	2	-,02	,190	1,000	-,51	,47
	3	-,20	,242	,840	-,83	,43

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,653.

εισόδημα

Multiple Comparisons

Dependent Variable: ασφάλεια

Tukey HSD

(I) εισόδημα	(J) εισόδημα	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
1	2	,21	,150	,341	-,14	,57
	3	,23	,313	,751	-,51	,97
2	1	-,21	,150	,341	-,57	,14
	3	,02	,333	,999	-,77	,80
3	1	-,23	,313	,751	-,97	,51
	2	-,02	,333	,999	-,80	,77

Based on observed means.

The error term is Mean Square(Error) = ,653.

