



**ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

Δημόσια Διοίκηση

Master in Business Administration (MBA)

Μεταπτυχιακή Εργασία:

**«ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ  
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΣΤΗΝ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΩΝ  
ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ»**

Χαραυγή Κουκιανάκη, ΑΜ: 2021019015

Επιβλέπων Καθηγητής:	Βασίλης Μουστάκης
Συνεπιβλέποντες Καθηγητές:	Ευάγγελος Γρηγορούδης
	Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης

Χανιά, Νοέμβριος 2022

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	5
Εισαγωγή .....	6
1. Τραπεζική .....	8
1.1. Παράγοντες επιτυχίας στην εξυπηρέτηση πελατών .....	8
1.1.1. Η έννοια του πελάτη .....	8
1.1.2. Η έννοια της ικανοποίησης .....	8
1.2. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας .....	9
1.3. Ορισμός Πιστωτικού Ιδρύματος / Τράπεζας .....	10
1.4. Είδη Τραπεζών .....	10
2. Ηλεκτρονική εξυπηρέτηση πελατών .....	12
2.1. Η ιστορία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	12
2.2. Οφέλη και μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	13
2.3. Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	15
2.4. Οι οικονομικές συναλλαγές .....	15
3. Μεθοδολογία της έρευνας .....	8
3.1. Ερευνητική Προσέγγιση: Θεωρητικό Υπόβαθρο .....	16
3.2. Σκοπός και προσέγγιση της έρευνας .....	18
3.3. Μοντέλα μέτρησης της ικανοποίησης .....	17
3.4. Πολυκριτήρια μέθοδος μέτρησης της ικανοποίησης — MUSA .....	22
3.4.1. Δείκτες Μέσης Απαίτησης .....	24
3.4.2. Μέσοι Δείκτες Βελτίωσης .....	24
3.4.3. Διαγράμματα δράσης .....	25
3.4.4. Διαγράμματα βελτίωσης .....	26
4. Παρουσίαση του δείγματος της έρευνας .....	28
4.1. Γενικά - Δημογραφικά στοιχεία του δείγματος .....	28
4.1.1. Φύλλο .....	28
4.1.2. Ηλικία .....	28
4.1.3. Οικογενειακή κατάσταση .....	29
4.1.4. Εκπαίδευση / Σπουδές - Επαγγελματική Κατάσταση .....	29
4.2. Υπηρεσίες μέσα διεκπεραίωσης Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	30
4.2.1. Χρήση δημοφιλών υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	31
4.2.2. Χρήση μέσων διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	31

5. Ανάλυση αποτελεσμάτων της επεξεργασίας των δεδομένων με την μέθοδο MUSA.....	33
5.1. Εισαγωγή.....	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>
5.2. Συνολική ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα .....	33
5.3. Ευχρηστία.....	35
5.3.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ευχρηστίας .....	36
5.3.1.1. Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. ....	36
5.3.1.2. Ποσοστό συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω Ηλεκτρονικής Τραπεζικής. ....	37
5.3.1.3. Ευκολία στη λήψη βοήθειας, όταν χρειάζεται, για την διεκπεραίωση μιας συναλλαγής.....	38
5.4. Ασφάλεια και ιδιωτικότητα.....	39
5.4.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ασφάλειας και την ιδιωτικότητας .....	40
5.4.1.1. Ασφάλεια συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	40
5.4.1.2. Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας στις συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	40
5.4.1.3. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων .....	41
5.5. Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία .....	42
5.5.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ανταπόκρισης – διεπικοινωνίας.....	43
5.5.1.1. Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής (υποβολής αιτήματος) .....	43
5.5.1.2. Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος .....	44
5.5.1.3. Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία .....	44
5.6. Αξιοπιστία .....	45
5.6.1. Ανάλυση υποκριτηρίων αξιοπιστίας.....	46
5.6.1.1. Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλετε μέσω υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	46
5.6.1.2. Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	47
5.6.1.3. Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	48
5.7. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης των κριτηρίων .....	49
5.7.1. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης υποκριτηρίων Ευχρηστίας.....	50
5.7.2. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης υποκριτηρίων Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας .....	51
5.7.3. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης Ανταπόκρισης/ Διεπικοινωνίας .....	52
5.7.4. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης Αξιοπιστίας .....	53

5.8.	Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας .....	54
5.8.1.	Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ευχρηστίας .....	55
5.8.2.	Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας .....	56
5.8.3.	Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας .....	57
5.8.4.	Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Αξιοπιστίας .....	58
5.9.	Διαγράμματα δράσης .....	58
5.9.1.	Διάγραμμα δράσης για την Ευχρηστία .....	60
5.9.2.	Διάγραμμα δράσης για την Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα .....	61
5.9.3.	Διάγραμμα δράσης για την Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία στις πύλες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής .....	62
5.9.4.	Διάγραμμα δράσης για την Αξιοπιστία .....	63
5.10.	Διαγράμματα βελτίωσης .....	64
5.10.1.	Διάγραμμα βελτίωσης Ευχρηστίας .....	65
5.10.2.	Διάγραμμα βελτίωσης Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας .....	66
5.10.3.	Διάγραμμα βελτίωσης Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας .....	67
5.10.4.	Διάγραμμα βελτίωσης Αξιοπιστίας .....	67
5.11.	Εκτίμηση προχωρημένων αποτελεσμάτων .....	68
5.11.1.	Ανάλυση Μεταβελτιστοποίησης (Post Optimality) .....	69
5.11.2.	Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης (Partial satisfaction functions) .....	70
5.11.3.	Ανάλυση Ευστάθειας (Stability) .....	71
5.11.4.	Πίνακας Πρόβλεψης (Prediction) .....	72
6.	Συμπεράσματα .....	74
7.	Μελλοντικές επεκτάσεις .....	84
	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	86
	ΔΙΕΘΝΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	87
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας .....	92

## ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

**Κουκιανάκη Χαραυγή**

Χανιά Κρήτης



[haravgi\\_k@hotmail.com](mailto:haravgi_k@hotmail.com)



ΧΑΡΑΥΓΗ ΚΟΥΚΙΑΝΑΚΗ

### **Εκπαίδευση και Σπουδές:**

2009 Πτυχιούχος Φιλοσοφικής Σχολής Πανεπιστημίου Κρήτης/ Τμήμα Φιλοσοφικών και Κοινωνικών Σπουδών / Εξειδίκευση στον Τομέα Θεωρίας και Μεθοδολογίας των Κοινωνικών Επιστημών

### **Ξένες Γλώσσες:**

Αγγλικά / Proficiency

Γερμανικά / Zertifikat

### **Επαγγελματική Εμπειρία:**

2007 - 2008: Υπάλληλος στη Νομαρχία Χανίων στον τομέα Γραμματειακής Υποστήριξης και Αρχαιοθήκης

7 - 8/2009: Υπάλληλος στη Διεύθυνση Γεωργικής Ανάπτυξης του Δήμου Ρεθύμνου στο Τμήμα Ανάπτυξης Και Τροφίμων

2010 - 2016: Υπάλληλος σε αλυσίδα Σούπερ Μάρκετ (ΣΥΝΚΑ) ως ταμίας και ως υπεύθυνη στον Τομέα Τροφίμων

2016-σήμερα: Υπάλληλος στη Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων στη Γραμματεία Διοίκησης - Τήρηση αρχείων πρωτοκόλλου και αλληλογραφίας της Τράπεζας - Οργάνωση ραντεβού και τηλεφωνική υποστήριξη- Αναπλήρωση καθηκόντων Γραμματείας Προέδρου σε περίπτωση απουσίας αυτής

## Περίληψη

Η παγκοσμιοποίηση και γενικότερα η εξέλιξη σε όλους τους τομείς της ζωής του ανθρώπου έχει συμβάλλει ουσιαστικά στη δημιουργία υψηλών απαιτήσεων των παροχών υπηρεσιών στις τράπεζες. Ωστόσο πολλοί είναι αυτοί που διαμαρτύρονται ότι οι τράπεζες χρήζουν βελτίωσης παροχής στις υπηρεσίες τους. Στη συγκεκριμένη εργασία παρουσιάζουμε αποτελέσματα σχετικά με την υπηρεσία της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης των πελατών. Καθυστέρηση, ανεπάρκεια γνώσεων, έλλειψη συντονισμού είναι μερικά από τα παράπονα των πελατών που καθημερινά ζητούν να εξυπηρετηθούν. Η έννοια της ικανοποίησης είναι ζωτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις, στη συγκεκριμένη περίπτωση για τον τομέα των τραπεζών. Θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μια διαδικασία του πώς ο πελάτης αντιλαμβάνεται την έννοια της ικανοποίησης βάσει ψυχολογικών παραγόντων αξιολόγησης. Με απλούστερα λόγια η ικανοποίηση είναι η εκπλήρωση των προσδοκιών και των αιτημάτων του πελάτη.

Στόχος της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας είναι μέσα από μία έρευνα ικανοποίησης πελατών, να καταλήξει σε συμπεράσματα που αφορούν το κατά πόσο τελικά οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι σχετικά με την ηλεκτρονική εξυπηρέτηση των πελατών. Στα πλαίσια αυτά αποφασίζουμε την έννοια της ικανοποίησης και το πως αυτή διαφαίνεται από τη σκοπιά του πελάτη. Στόχος της έρευνας ήταν ο εντοπισμός των δημοφιλέστερων υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής από χρήστες της στην Ελλάδα και η εύρεση των αδυναμιών, των κινδύνων και των σημείων τα οποία χρήζουν βελτίωσης στην ελληνική ηλεκτρονική τραπεζική, ώστε ο βαθμός αποδοχής της να αυξηθεί και να αποτελέσει τον κυριότερο τρόπο συναλλαγής μεταξύ ιδιωτών και οργανισμών με τις τράπεζες.

## Εισαγωγή

«Οι ψηφιακές τεχνολογίες αλλάζουν τη ζωή των ανθρώπων. Στόχος της ψηφιακής στρατηγικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να κάνει τον μετασχηματισμό επωφελή για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, και παράλληλα να συμβάλει στην επίτευξη του στόχου της για μια κλιματικά ουδέτερη Ευρώπη έως το 2050.

Η Επιτροπή είναι αποφασισμένη να κάνει αυτή τη δεκαετία την «Ψηφιακή Δεκαετία» της Ευρώπης. Η Ευρώπη πρέπει τώρα να ενισχύσει την ψηφιακή κυριαρχία της και να θέσει πρότυπα, αντί να ακολουθεί τα πρότυπα άλλων, εστιάζοντας με ευκρίνεια στα δεδομένα, την τεχνολογία και τις υποδομές».

(Ευρωπαϊκή Επιτροπή - Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας, 2021).

Τη ροή της εξέλιξης αυτής ακολουθούν και οι τράπεζες όπου βρίσκονται στο επίκεντρο των αλλαγών αυτών λόγω της παγκοσμιοποίησης και γενικότερα της ποικιλίας των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών. Στην καθημερινότητα των πολιτών ανήκουν συναλλαγές που πραγματοποιούν μεταξύ τους ή με άλλους οργανισμούς. Και τις συναλλαγές αυτές τις πραγματοποιούν ως επί το πλείστον διαμέσου των τραπεζών. Ανάλογα λοιπόν τα γεγονότα, οι τράπεζες, προσαρμόζουν τις πολιτικές και στρατηγικές τους με απώτερο σκοπό φυσικά την αύξηση των κερδών τους και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Αυτή η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που προσφέρει το διαδίκτυο οδήγησε το ελληνικό τραπεζικό σύστημα να δημιουργήσει εφαρμογές ηλεκτρονικής παροχής υπηρεσιών προς ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη. Στόχος των τραπεζών στην ηλεκτρονική παροχή υπηρεσιών, είναι η ποιοτική προσφορά υπηρεσιών οι οποίες θα καλύψουν τις ανάγκες του πελάτη και θα δημιουργήσουν ένα αίσθημα ασφάλειας, σταθερότητας και εμπιστοσύνης προς την εκάστοτε τράπεζα. Η ποιοτική παροχή υπηρεσιών και συγκεκριμένα ηλεκτρονικών υπηρεσιών συνδέεται άμεσα με την ικανοποίηση του πελάτη, τη βελτίωση της εικόνας της τράπεζας και την αύξηση των κερδών της. Προϋπόθεση επίτευξης της ποιότητας στην υπηρεσία ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης πελατών, είναι η συνεργασία όλων των τμημάτων μίας τράπεζας. Στη σημερινή εποχή οι πελάτες λόγω του υψηλού μορφωτικού τους επιπέδου και του περιορισμένου τους χρόνου έχουν αυξημένες απαιτήσεις.

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία πραγματεύεται την σημασία της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης πελατών και του βαθμού ικανοποίησής τους στο ελλαδικό χώρο. Η εργασία διαρθρώνεται σε επτά κεφάλαια/ενότητες:

1. Στο πρώτο κεφάλαιο προσεγγίζονται οι βασικές έννοιες της τραπεζικής. Βασικές έννοιες όπως του πιστωτικού ιδρύματος, της τράπεζας και των ειδών των τραπεζών, της τραπεζικής γενικότερα, του πελάτη και της ικανοποίησης του, εισάγονται σ' αυτή την ενότητα.

2. Στο δεύτερο κεφάλαιο συνεχίζεται το χτίσιμο του θεωρητικού υπόβαθρου της εργασίας με την προσέγγιση της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης των πελατών των τραπεζών. Αρχικά αναφέρεται η εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα και στην συνέχεια παρατίθενται οφέλη και τα μειονεκτήματα της. Το κεφάλαιο ολοκληρώνεται με συζήτηση πάνω στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Το τρίτο κεφάλαιο περιλαμβάνει την ανάλυση της ερευνητικής μεθοδολογίας. Σε πρώτο επίπεδο γίνεται αναφορά στη ερευνητική προσέγγιση, τα μοντέλα εκτίμησης της ικανοποίησης και γενικότερα το θεωρητικό υπόβαθρο για να τεθεί και ο σκοπός της παρούσας έρευνας. Η ενότητα ολοκληρώνεται με μια σύντομη περιγραφή της μεθοδολογίας MUSA, που επιλέγεται ως εργαλείο για επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν από την έρευνα και εξαγωγή συμπερασμάτων.
4. Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζεται το δείγμα της έρευνας για την παρούσα μεταπτυχιακή εργασία. Δημογραφικά και άλλα στοιχεία, όπως οι προτιμώμενες από τους ερωτηθέντες υπηρεσίες και μέσα διεκπεραίωσης τους, παρατίθενται εδώ, εξάγοντας το γενικότερο προφίλ του δείγματος.
5. Το πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζει διεξοδικά τα αποτελέσματα της έρευνας με βάση την μεθοδολογία ανάλυσης MUSA. Αρχικά παρουσιάζεται και αναλύεται η συνολική ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Στην συνέχεια παρουσιάζεται η ικανοποίηση των πελατών ανά κριτήριο (Ευχρηστία, Ασφάλεια και ιδιωτικότητα, Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία, Αξιοπιστία), καθώς και για κάθε ένα από τα υποκριτήρια του εκάστοτε κριτηρίου. Έπειτα παρουσιάζονται τα βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης των κριτηρίων. Ακολουθούν τα διαγράμματα με την σειρά που εξάγονται από την μεθοδολογία, δηλαδή:
  - a. Διαγράμματα Απαιτητικότητα – Αποτελεσματικότητα
  - b. Διαγράμματα δράσης
  - c. Διαγράμματα βελτίωσης

Η ενότητα ολοκληρώνεται με την εκτίμηση προχωρημένων αποτελεσμάτων:

- a. Ανάλυση Μεταβελτιστοποίησης
  - b. Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης
  - c. Ανάλυση Ευστάθειας
  - d. Πίνακας Πρόβλεψης
6. Στην ενότητα που ακολουθεί εκθέτονται αναλυτικά τα πολύ χρήσιμα συμπεράσματα τα οποία εξάγονται από την εκπόνηση της παρούσας έρευνας και της μελέτης των αποτελεσμάτων.
7. Τέλος στην έβδομη ενότητα καταθέτονται προβληματισμοί και σενάρια πιθανών μελλοντικών επεκτάσεων της παρούσας εργασίας, έτσι όπως προκύπτουν αμοιβαία από την διαδικασία που ακολουθήθηκε και τα συμπεράσματα που εξήχθησαν.



## 1. Τραπεζική

Η όρος *τραπεζική* περιλαμβάνει ένα μεγάλο εύρος χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που αποθηκεύουν χρήματα ιδιωτών, επιχειρήσεων και άλλων οντοτήτων. Οι τράπεζες παρέχουν χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που βοηθούν τους ανθρώπους να αποταμιεύουν, να διαχειρίζονται και να επενδύουν τα χρήματά τους.

Η τραπεζική είναι η επιχείρηση προστασίας των χρημάτων για άλλους. Οι τράπεζες δανείζουν αυτά τα χρήματα, δημιουργώντας τόκους που δημιουργούν κέρδη για την τράπεζα και τους πελάτες της (Turner, 2022).

Σ' αυτή την ενότητα προσεγγίζονται οι βασικές έννοιες της τραπεζικής, ως εισαγωγή στην διερεύνηση των υπηρεσιών της και κατά συνέπεια των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

### 1.1. Παράγοντες επιτυχίας στην εξυπηρέτηση πελατών

Στην παράγραφο που ακολουθεί παρουσιάζονται οι βασικές έννοιες που αφορούν στις συνιστώσες της ικανοποίησης του πελάτη ηλεκτρονικής τραπεζικής.

#### 1.1.1. Η έννοια του πελάτη

Ο πελάτης είναι αυτός που αγοράζει τα αγαθά και τις υπηρεσίες που προσφέρει μια εταιρεία για να τις χρησιμοποιήσει ο ίδιος ή κάποιος άλλος. Είναι το επίκεντρο της προσοχής μίας εταιρείας γιατί αυτός είναι που την καθιστά βιώσιμη. Επομένως όλα τα σχέδια και οι στρατηγικές μάρκετινγκ πρέπει να εστιαστούν, να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν σύμφωνα με τις ανάγκες του πελάτη. Ο Edosomwan (1993) αναφέρει ότι ο πελάτης είναι το άτομο ή η ομάδα ατόμων που λαμβάνει το παραγόμενο αποτέλεσμα μιας εργασίας. Οι πελάτες μίας επιχείρησης είναι αυτοί που αποφασίζουν κάθε φορά αν θα αγοράσουν το παρεχόμενο προϊόν ή υπηρεσία από τον εκάστοτε οργανισμό ή εταιρεία. Ανάλογα με το είδος της αγοράς οι πελάτες σχετίζονται με την καταναλωτική αγορά (αγορά αγαθών ή υπηρεσιών για προσωπική κατανάλωση), τη βιομηχανική αγορά (πελάτες είναι οι εταιρείες που αγοράζουν αγαθά ή υπηρεσίες για να αναπτύξουν ένα νέο προϊόν και να το διαθέσουν στην αγορά), την αγορά μεταπωλητών (πχ. τα σουπερμάρκετ), την κυβερνητική αγορά (η Κυβέρνηση αγοράζει αγαθά ή υπηρεσίες για να προσφέρει δημόσιες υπηρεσίες στους πολίτες) και τις διεθνείς αγορές.

#### 1.1.2. Η έννοια της ικανοποίησης

Η ικανοποίηση των πελατών είναι εξέχουσας σημασίας για τις επιχειρήσεις, στη συγκεκριμένη περίπτωση για τις τράπεζες και η μέτρησή της βοηθά στην κατανόηση των γενικότερων αντιλήψεων του πελάτη και στον προσδιορισμό και την ανάλυση των αναγκών, των προσδοκιών και των επιθυμιών του. Μπορεί να οριστεί σαν ένα αποτέλεσμα δηλαδή μία τελική κατάσταση ή το αποτέλεσμα μίας εμπειρία ή σαν μία

διαδικασία με έμφαση στου ψυχολογικούς παράγοντες αντίληψης και αξιολόγησης που την επηρεάζουν.

Οι Armstrong και Kotler (2009), ορίζουν σαν ικανοποίηση το κατά πόσο ταιριάζει ένα προϊόν με τις προσδοκίες που έχει ο πελάτης πριν τη χρησιμοποίηση του. Ο τελικός βαθμός απόλαυσης που έλαβε από τη χρησιμοποίηση του αγαθού είναι στην ουσία η τελική ικανοποίηση του πελάτη.

Οι Chelladurai και Chang (2000), καταλήγουν ότι ο βαθμός ικανοποίησης του πελάτη συνδέεται άμεσα με την τελική επιτυχία της επιχείρησης, ενώ οι Zeithaml και άλλοι (2006), ορίζουν ως μέτρο της ικανοποίησης του, το ποσοστό εκπλήρωσης των αναγκών και οι προσδοκίες του.

Οι Westbrook και Reilly (1983) υποστηρίζουν ότι η ικανοποίηση είναι μία συναισθηματική αντίδραση στις εμπειρίες του πελάτη, που σχετίζονται είτε με συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες, είτε με διαδικασίες αγοράς, είτε ακόμα με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του πελάτη αυτού. Γενικότερα θα μπορούσαμε να πούμε ότι η ικανοποίηση βασίζεται στην επίτευξη των προσδοκιών του πελάτη αλλά επειδή υπάρχουν από πολλούς διαφορετικές αντιλήψεις περί της έννοιας της αυτής, ένα πρόγραμμα μέτρησης ποιότητας θα μπορούσε να προσδιορίσει καλύτερα το τι σημαίνει ικανοποίηση. Με βάση το πρόγραμμα αυτό, ένας οργανισμός, στη συγκεκριμένη περίπτωση οι τράπεζες θα μπορούσαν να δουν κατά πόσο οι υπηρεσίες τους ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών. Επίσης θα μπορούν να εντοπίσουν τις κρίσιμες διαστάσεις της ικανοποίησης που θα πρέπει να βελτιωθούν και τον τρόπο βελτίωσής τους. Με αυτό τον τρόπο θα δοθεί ένα κίνητρο στο προσωπικό του οργανισμού να αυξήσει την παραγωγικότητα του, δεδομένου ότι οι προσπάθειες βελτίωσης των υπηρεσιών που προσφέρονται αξιολογούνται από τους ίδιους τους πελάτες.

## **1.2. Διοίκηση Ολικής Ποιότητας**

Για να μετρηθεί η ικανοποίηση του πελάτη πρέπει πρώτα να υπολογισθεί η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν οι εργαζόμενοι. Μία τράπεζα θα πρέπει να αναπτύξει το κατάλληλο σχέδιο για την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών της ώστε να αφήσει ικανοποιημένο τον πελάτη της. Για να γίνει αυτό όμως θα πρέπει η εκάστοτε τράπεζα να κατανοήσει την έννοια της ποιότητας και τις διαστάσεις της. Οι διαστάσεις της ποιότητας είναι: η ποιότητα προϊόντος (τεχνικά χαρακτηριστικά προϊόντος), η λειτουργική ποιότητα (η ποιότητα των διαδικασιών), η φυσική ποιότητα (του χώρου και των υλικών), η ποιότητα αλληλεπίδρασης (η επικοινωνία μεταξύ πελάτη και οργανισμού) και τέλος η ποιότητα ολόκληρου του οργανισμού (η εικόνα του οργανισμού). Θα μπορούσαμε να πούμε λοιπόν ότι Διοίκηση Ολικής Ποιότητας είναι η συμμετοχή όλων των εργαζομένων στη διοίκηση με στόχο την ικανοποίηση του πελάτη. Ακόμα ένας στόχος της ΔΟΠ είναι να βελτιώνει συνεχώς

την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, να προβαίνει σε καινοτόμες στρατηγικές και να εξελίσσει συνεχώς το ανθρώπινο δυναμικό του εκάστοτε οργανισμού. Η ΔΟΠ βάζει σε πρώτη προτεραιότητα λοιπόν τον πελάτη και τις ανάγκες του. Είναι μεγάλη η σημασία της ποιότητας στις τράπεζες διότι είναι μεγάλος και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους.

### **1.3. Ορισμός Πιστωτικού Ιδρύματος / Τράπεζας**

Μία αγορά σήμερα για να κινηθεί έχει ανάγκη τα πιστωτικά ιδρύματα. Πιστωτικό ίδρυμα είναι μία επιχείρηση όπου δραστηριοποιείται στον τομέα των καταθέσεων και των πιστώσεων. Οι τράπεζες αποτελούν την πιο σημαντική μορφή του πιστωτικού ιδρύματος διότι ασχολούνται με χρηματικές αλλά και πιστωτικές συναλλαγές. Δηλαδή δέχονται καταθέσεις και παρέχουν δάνεια στους πελάτες τους καθώς επίσης διαχειρίζονται αξιόγραφα και αναλαμβάνουν πληρωμές για λογαριασμό των πελατών τους. Μία τράπεζα βασίζει τα κέρδη της στη λεγόμενη "ψαλίδα", δηλαδή τη διαφορά ανάμεσα στο επιτόκιο δανεισμού και στο επιτόκιο καταθέσεων. Αν χορηγήσει ένα δάνειο με επιτόκιο 9% και δέχεται κατάθεση με ετήσιο επιτόκιο 2% η διαφορά αυτή (7%) αποτελεί την ψαλίδα που οδηγεί στα κέρδη της τράπεζας. Άλλες πηγές κέρδους είναι από προμήθειες ή από συμμετοχές και επενδύσεις, αλλά η κύρια λειτουργία της έγκειται στον δανεισμό (χορηγήσεις και καταθέσεις). Στην αρχαία Αθήνα, βρίσκουμε τις πρώτες ελληνικές τράπεζες όπου οι αργυραμοιβοί παρείχαν υπηρεσίες ανταλλαγής νομισμάτων και πιστώσεις που εξυπηρετούσαν στη χρηματοδότηση του διεθνούς εμπορίου.

### **1.4. Είδη Τραπεζών**

Υπάρχουν διάφορα είδη τραπεζών:

Κεντρική Τράπεζα: Είναι υπεύθυνη για τη νομισματική πολιτική και μπορεί να είναι ο δανειστής της τελευταίας λύσης σε περίπτωση κρίσης. Χρεώνεται συχνά με τον έλεγχο της διάθεσης του χρήματος, συμπεριλαμβανομένης της έκδοσης νομίσματος. Παράδειγμα κεντρικής τράπεζας είναι η Τράπεζα της Ελλάδος όπου ιδρύθηκε το 1927, λειτούργησε το 1928 και υπάγεται στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα από το 2001. Μία από τις κύριες λειτουργίες της είναι να εποπτεύει τις υπόλοιπες ελληνικές τράπεζες, επιβάλλοντας πρόστιμα σε περιπτώσεις μη συμμόρφωσής τους. Επίσης, εκδίδει τραπεζογραμμάτια, εκδίδει και αποπληρώνει τους τίτλους του Δημοσίου και διαχειρίζεται τα έσοδα και έξοδα αυτού. Είναι με λίγα λόγια ο πιο σημαντικός φορέας οργάνωσης της ελληνικής οικονομίας.

Εμπορική τράπεζα: Είναι ο όρος που χρησιμοποιείται για μια κανονική τράπεζα για να τη διακρίνει από μια τράπεζα επενδύσεων. Μιας και αυτές οι δύο δεν είναι πλέον

υποχρεωτικό να λειτουργούν κάτω από χωριστή ιδιοκτησία, ορισμένοι χρησιμοποιούν τον όρο "εμπορική τράπεζα" για να αναφερθούν σε μια τράπεζα ή ένα τμήμα τράπεζας που ασχολείται κυρίως με εταιρείες ή μεγάλες επιχειρήσεις. Οι εμπορικές τράπεζες αποτελούν τα σημαντικότερα πιστωτικά ιδρύματα αναφορικά με τη χορήγηση δανείων. Επίσης ασχολούνται με κεφάλαια που λαμβάνουν από τις καταθέσεις των πελατών, με προμήθειες και έκδοση επιταγών. Κάποιες από αυτές είναι: η Εθνική Τράπεζα, η Alpha Bank, η Eurobank, η Τράπεζα Πειραιώς και άλλες.

Επενδυτική τράπεζα: Δίνει εγγυητικές επιστολές για πώληση μετοχών και χρεογράφων και συμβουλεύουν για συγχωνεύσεις και εξαγορές εταιρειών.

Τράπεζα Κοινοτικής Ανάπτυξης: Είναι οι τράπεζες που παρέχουν οικονομικές υπηρεσίες και πίστωση σε μη ανεπτυγμένες αγορές ή πληθυσμούς.

Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο: Είναι ταμιευτήρια που συνδέονται με τα εθνικά ταχυδρομικά συστήματα. Είναι ειδικός τραπεζικός οργανισμός που υπόκειται σε περιορισμούς γι' αυτό και δε λειτουργεί όπως τα υπόλοιπα τραπεζικά συστήματα. Σε αυτήν την κατηγορία των ειδικών πιστωτικών οργανισμών υπάγεται και το Ταμείο Παρακαταθηκών και Δανείων όπου ιδρύθηκε το 1919 και είναι ένας αυτόνομος οργανισμός που χορηγεί δάνεια, διαχειρίζεται αλλά και φυλάει παρακαταθήκες και διαχειρίζεται και τα κεφάλαια του ΟΤΑ.

Ιδιωτική τράπεζα: Ασχολείται με λογαριασμούς μεγάλων πελατών με μεγάλη οικονομική επιφάνεια.

Corporate Banking: Το Corporate Banking έχει ως αντικείμενο τα τραπεζικά προϊόντα που αφορούν κυρίως επιχειρήσεις και εταιρείες.

Συνεταιριστικές: Οι συνεταιριστικές τράπεζες αποτελούν πρωτοβουλίες κυρίως τοπικού χαρακτήρα με σκοπό την ενίσχυση των κατά προτεραιότητα τοπικών αγαθών και υπηρεσιών. Στην Ελλάδα η πρώτη συνεταιριστική τράπεζα εμφανίστηκε το 1900 και λεγόταν Σύλλογος Τεχνοεργατών εν Λαμία και είχε 582 μέλη. Οι συνεταιριστικές τράπεζες πλέον υπάγονται στην ΕΣΤΕ (Ενωση Συνεταιριστικών Τραπεζών Ελλάδος) Ελλάδος και λειτουργούν ως ένας μεγάλος τραπεζικός όμιλος. Τέτοιες είναι η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων, η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας, η Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα και άλλες.

## 2. Ηλεκτρονική εξυπηρέτηση πελατών

Οι τράπεζες για να προσελκύσουν νέους πελάτες και να αυξήσουν τα κέρδη τους, στρέφονται σε νέες υπηρεσίες μία εκ των οποίων είναι και η ηλεκτρονική τραπεζική. Με τη βοήθειά της ηλεκτρονικής τραπεζικής πραγματοποιούνται τραπεζικές συναλλαγές εύκολα και με ασφάλεια από υπολογιστή ή κινητό όλο το 24ωρο σε οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκονται οι πελάτες. Λέγεται αλλιώς και e-banking περιλαμβάνει όλες τις συναλλαγές και υπηρεσίες που εκτελούνται χωρίς φυσική παρουσία. Πολλές τράπεζες στην ηλεκτρονική τους τραπεζική συμπεριλαμβάνουν και τα ATM λόγω του ότι λειτουργούν με ηλεκτρονικό δίκτυο. Κάποιες από τις υπηρεσίες που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική στους πελάτες αφορούν πληρωμές δανείων, λογαριασμών (δημόσιων ή μη), πιστωτικές κάρτες, μεταφορά χρημάτων κ.α. Είναι αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας των ανθρώπων στη σημερινή εποχή (Wong και άλλοι, 2008). Ο Hertzum ορίζει την ηλεκτρονική τραπεζική ως την παροχή επιλεγμένων υπηρεσιών από τραπεζικούς οργανισμούς διαμέσου του Διαδικτύου (Hertzum και άλλοι, 2004). Οι Rayport & Sviokla (1994) υποστηρίζουν ότι οι περισσότερες τράπεζες υποδέχτηκαν την ηλεκτρονική τραπεζική σαν μια καινοτόμα ιδέα, εξαιτίας της εξέλιξης της τεχνολογίας. Οι λόγοι που οδήγησαν στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η εξοικονόμηση χρόνου, η μείωση στο κόστος των συναλλαγών καθώς και η μείωση στο κόστος μετακίνησης των πελατών, όπως και η δυνατότητα που έχουν να αυτοεξυπηρετούνται ηλεκτρονικά άνευ παρουσίας υπαλλήλου.

### 2.1. Η ιστορία της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Τη δεκαετία του 1970, εμφανίζεται η Ηλεκτρονική Μεταφορά Κεφαλαίων (EFT) μεταξύ τραπεζών, μέσω ασφαλών ιδιωτικών δικτύων (Δουκίδης και άλλοι, 1998). Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, οι μεγαλύτερες τράπεζες των Η.Π.Α., εισήγαγαν την έννοια του Home Banking, όπου οι πελάτες μπορούσαν να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές συναλλαγές από το σπίτι τους. Τη δεκαετία του 1980 κάνει την εμφάνιση της η ηλεκτρονική τραπεζική μέσω του SWIFT, ενός δικτύου που χρησίμευε στην ενδοεπικοινωνία των τραπεζών, ενώ στις αρχές του 1990 ξεκίνησαν οι πρώτες ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Στην Ελλάδα η Εγνατία Τράπεζα ήταν η πρώτη τράπεζα που επιχείρησε να εφαρμόσει την ηλεκτρονική τραπεζική το 1997, με την υπηρεσία ενημέρωσης υπολοίπου λογαριασμού καθώς και μεταφορές κεφαλαίων εντός της τράπεζας. Η τράπεζα Πειραιώς το 2000 έκανε μία ολοκληρωμένη προσπάθεια e-banking με το όνομα WINBANK. Σιγά σιγά και οι υπόλοιπες τράπεζες άρχισαν να δημιουργούν πλατφόρμες ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης πελατών (Γρεβενίτου και άλλοι, 2015). Πλέον όλο και περισσότεροι πελάτες επιθυμούν να πραγματοποιούν συναλλαγές με ηλεκτρονικό τρόπο γι' αυτό και η εξάπλωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής γίνεται με ιλιγγιώδη ρυθμούς.

## 2.2. Οφέλη και μειονεκτήματα της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Στο τομέα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι συμμετέχοντες είναι ο πελάτης και η τράπεζα, όπου δημιουργείται μία σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ τους αφού η ηλεκτρονική τραπεζική χρησιμοποιείται ως μέσο για να διεκπεραιωθούν εντολές. Έτσι, παρατηρούνται οφέλη και μειονεκτήματα και για τα δύο μέρη (Καρεκλή, 2003).

Όσον αφορά στην περίπτωση των πελατών τα κυριότερα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης είναι:

*Η Διαθεσιμότητα:* Οι δικτυακοί τόποι ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι διαθέσιμοι 24 ώρες το 24ωρο, επτά ημέρες την εβδομάδα. Άρα δεν υπάρχουν περιορισμοί σχετικά με το ωράριο λειτουργίας και ο πελάτης μπορεί να εξυπηρετηθεί ανά πάσα στιγμή. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι ότι εξοικονομεί χρόνο αφού δεν περιμένει στην «ουρά» για να εξυπηρετηθεί.

*Η Φορητότητα:* Ο πελάτης εφόσον διαθέτει τα κατάλληλα μέσα (κινητό τηλέφωνο, φορητό υπολογιστή κ.α.), μπορεί να εξυπηρετηθεί από οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκεται. Αυτό είναι ωφέλιμο για άτομα με αναπηρίες και για εξοικονόμηση χρόνου αφού εκμηδενίζονται οι αποστάσεις και οι πελάτες μπορούν από τον καναπέ τους να εξυπηρετηθούν απλά με ένα κλικ.

*Η Ταχύτητα:* Ο χρήστης της ηλεκτρονικής τραπεζικής μπορεί να μεταφέρει κεφάλαια με μεγάλη ταχύτητα και γενικά να πραγματοποιεί ηλεκτρονικές συναλλαγές σε ελάχιστο χρόνο μιας και αυτές είναι συγκεντρωμένες όλες μαζί και ο πελάτης επιλέγει κάθε φορά ποια θα πραγματοποιήσει .

*Το Κόστος:* Πολλές από τις παρεχόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχουν οι τράπεζες είναι δωρεάν, είτε τιμολογούνται πολύ χαμηλά, γεγονός που τις κάνουν πιο ελκυστικές στους πελάτες.

*Η Εξοικείωση:* Οι πελάτες μέσα από την χρήση του e-banking, εξοικειώνονται με τη νέα τεχνολογία και υιοθετούν ένα πιο σύγχρονο τρόπο ζωής που συμβαδίζει με την εξέλιξη της τεχνολογίας.

Πολλά όμως είναι τα οφέλη του e-banking και για τις τράπεζες:

*Η Προσέλκυση πελατών και η εμπιστοσύνη:* Στόχος των τραπεζών είναι η ικανοποίηση των πελατών. Γι' αυτό το λόγο, οι τράπεζες προσπαθούν συνεχώς να εμπλουτίζουν και τις ηλεκτρονικές τους υπηρεσίες παράγοντας καινοτόμες διαδικασίες εξυπηρέτησης. Με αυτόν τον τρόπο διευρύνουν την πελατειακή τους βάση. Επίσης λόγω των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οι συναλλαγές γίνονται ταχύτερα, οι πλατφόρμες εξυπηρέτησης είναι εύκολα διαχειρίσιμες και φιλικές προς τον πελάτη που ολοένα

και εμπιστεύεται περισσότερο τον τρόπο αυτό για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του.

*Το Κόστος:* Μειώνεται το λειτουργικό κόστος των τραπεζών γιατί απαιτείται λιγότερο προσωπικό για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών. Οι online υπηρεσίες κοστίζουν πολύ λιγότερο από τις συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσα σε μία τράπεζα. Άρα όσο αυξάνονται οι χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής μειώνεται το κόστος κάθε συναλλαγής.

Παρ' όλα αυτά υπάρχουν και μειονεκτήματα στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Όσον αφορά στους πελάτες αυτά είναι τα εξής:

*Η Δυσχρησία:* Δυστυχώς πολλά άτομα, ιδιαίτερα αυτά μεγαλύτερης ηλικίας, δεν είναι εξοικειωμένα με την τεχνολογία και τη χρήση του internet με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν δυσκολία στο χειρισμό των ηλεκτρονικών εφαρμογών των τραπεζών.

*Ο Χρόνος:* Πολλές φορές η διαδικασία για τη χρόνο εγγραφής των πελατών απαιτεί χρόνο και αυτό γιατί οι εφαρμογές ζητάνε τη συμπλήρωση πολλών προσωπικών στοιχείων ή κωδικούς που πρέπει να συμπληρωθούν για να λειτουργήσουν οι εφαρμογές.

*Η Δυσπιστία:* Είναι αυξημένη στη σημερινή εποχή η ανησυχία και η δυσπιστία των πελατών στον τομέα παροχής ηλεκτρονικών υπηρεσιών στις τράπεζες. Οι διαδικασίες γίνονται αυτοματοποιημένα γεγονός που τρομάζει τους πελάτες που δεν εμπιστεύονται τη χρήση του e-banking για την εξυπηρέτησή τους. Βέβαια δεν είναι λίγες οι φορές που έχουν παρατηρηθεί ηλεκτρονικές απάτες.

Τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής, πράγμα το οποίο ανησυχεί ιδιαίτερα τους πελάτες εξυπηρέτησης δεν αφορούν μόνο τους πελάτες αλλά και τις ίδιες τις τράπεζες:

*Η Ασφάλεια των συναλλαγών:* Είναι ένα βασικό μέλημα όλων των τραπεζών καθώς έτσι προσελκύουν νέους πελάτες. Οι ηλεκτρονικές απάτες δυσχεραίνουν το έργο των τραπεζών στα συστήματα ηλεκτρονικών παροχών υπηρεσιών, γι' αυτό και οι τράπεζες επενδύουν σε ισχυρά ειδικά συστήματα ελέγχου και σε εξειδικευμένο προσωπικό που μεριμνάει για την προστασία προσωπικών δεδομένων των πελατών.

*Το Κόστος του εξοπλισμού:* Τα ζητήματα ασφαλείας των τραπεζών είναι υψίστης σημασίας γι' αυτές. Και για να προστατευτούν οι συναλλαγές των πολιτών απαιτούνται ειδικά συστήματα ελέγχου όπως έχει ήδη αναφερθεί, πράγμα το οποίο αυξάνει το κόστος εγκατάστασης. Το λογισμικό που θα πρέπει συνεχώς να αναβαθμίζεται καθώς και η εκπαίδευση του προσωπικού πάνω στα θέματα ασφαλείας αποτελούν μεγάλο έξοδο για τις τράπεζες. Μόνο έτσι όμως θα καταφέρουν να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των πελατών τους.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η ηλεκτρονική εξυπηρέτηση πελατών αποτελεί τη βιτρίνα μίας τράπεζας. Ο πελάτης που χρησιμοποιεί τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας στην οποία ανήκει, μπορεί εφόσον το επιθυμεί, να μην επισκεφτεί ένα τραπεζικό κατάστημα, αλλά να χρησιμοποιήσει τις τραπεζικές υπηρεσίες από απόσταση. Έτσι μειώνεται ο χρόνος αναμονής στα γραφεία εξυπηρέτησης, ο κίνδυνος κλοπής χαρτονομισμάτων ή διακίνησης πλαστών χαρτονομισμάτων, αυξάνεται η ταχύτητα πληρωμών και γενικά μεγαλώνει ο βαθμός ικανοποίησης των πελατών.

### **2.3. Υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής**

Οι υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα μπορούσαν να ταξινομηθούν στις εξής κατηγορίες:

- Οι οικονομικές συναλλαγές
- Οι πληροφοριακές συναλλαγές
- Οι αιτήσεις των πελατών
- Άλλες υπηρεσίες

### **2.4. Οι οικονομικές συναλλαγές**

Όσον αφορά στην ηλεκτρονική τραπεζική, με τον όρο οικονομικές συναλλαγές εννοούμε όλες τις συναλλαγές που μπορούν να πραγματοποιήσουν οι πελάτες απομακρυσμένα, χωρίς δηλαδή να απαιτείται η φυσική τους παρουσία στην τράπεζα. Μπορούν να πραγματοποιήσουν συναλλαγές είτε μέσω ATM, είτε μέσω internet banking, είτε μέσω mobile banking.



### 3. Μεθοδολογία της έρευνας

Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την παρούσα ερευνητική εργασία.

#### 3.1. Ερευνητική Προσέγγιση: Θεωρητικό Υπόβαθρο

Σύμφωνα με τον Creswell (2014), οι ερευνητικές προσεγγίσεις είναι σχέδια και διαδικασίες για την έρευνα που εκτείνονται από τις ευρείες παραδοχές έως τις λεπτομερείς μεθόδους συλλογής, ανάλυσης και ερμηνείας δεδομένων. Η επιλογή μιας ερευνητικής προσέγγισης βασίζεται επίσης στη φύση του ερευνητικού προβλήματος ή του ζητήματος που αντιμετωπίζεται, τις προσωπικές εμπειρίες των ερευνητών και το κοινό για τη μελέτη. Ο Creswell (2014) επίσης, διακρίνει τρεις ερευνητικές προσεγγίσεις: (α) ποιοτικές, (β) ποσοτικές και (γ) μικτές μέθοδοι. Αναμφισβήτητα, οι τρεις προσεγγίσεις δεν είναι τόσο διακριτές όσο εμφανίζονται αρχικά.

Η ποιοτική έρευνα είναι μια προσέγγιση για τη διερεύνηση και την κατανόηση του νοήματος που αποδίδουν τα άτομα ή οι ομάδες σε ένα κοινωνικό ή ανθρώπινο πρόβλημα. Η διαδικασία της έρευνας περιλαμβάνει αναδυόμενες ερωτήσεις και διαδικασίες, δεδομένα που συνήθως συλλέγονται στο περιβάλλον του συμμετέχοντος, ανάλυση δεδομένων επαγωγικά που βασίζεται από συγκεκριμένα σε γενικά θέματα και ο ερευνητής κάνει ερμηνείες της σημασίας των δεδομένων. Η τεχνική ποιοτικής έρευνας σε βάθος επιτρέπει τη λήψη βαθύτερων γνώσεων για τις απόψεις, τις σκέψεις και τις προοπτικές των ειδικών (Guion και άλλοι, 2011).

Η ποσοτική έρευνα είναι μια προσέγγιση για τον έλεγχο αντικειμενικών θεωριών με την εξέταση της σχέσης μεταξύ των μεταβλητών. Αυτές οι μεταβλητές, με τη σειρά τους, μπορούν να μετρηθούν, έτσι ώστε τα αριθμημένα δεδομένα να μπορούν να αναλυθούν χρησιμοποιώντας στατιστικές ή άλλες διαδικασίες. Αντίστοιχα με την ποιοτική και σε αυτή τη μορφή έρευνας τίθενται υποθέσεις σχετικά με τον έλεγχο των θεωριών, την ενίσχυση της προστασίας έναντι της μεροληψίας, τον έλεγχο για εναλλακτικές εξηγήσεις και τη δυνατότητα γενίκευσης και αναπαραγωγής των αποτελεσμάτων.

Οι ποιοτικές και ποσοτικές προσεγγίσεις δεν πρέπει να θεωρούνται ασύνδετες, διακριτές κατηγορίες. Αντίθετα, αντιπροσωπεύουν διαφορετικά άκρα ενός συνεχούς φάσματος (Newman & Ridenour, 1998). Η έρευνα μεικτών μεθόδων βρίσκεται στη μέση αυτής της συνέχειας, επειδή ενσωματώνει στοιχεία τόσο ποιοτικών όσο και ποσοτικών προσεγγίσεων. Πρόκειται για μια προσέγγιση στη διερεύνηση που περιλαμβάνει τη συλλογή τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών δεδομένων, την ενοποίηση των δύο μορφών δεδομένων και τη χρήση διακριτών σχεδίων που μπορεί να περιλαμβάνουν υποθέσεις και θεωρητικά πλαίσια. Η βασική παραδοχή αυτής της μορφής έρευνας είναι ότι ο συνδυασμός ποιοτικών και ποσοτικών προσεγγίσεων παρέχει μια πληρέστερη κατανόηση ενός ερευνητικού προβλήματος από ό,τι κάθε προσέγγιση μόνη της.

Μια απ' τις πρώτες αποφάσεις που θα πρέπει να ληφθεί κατά την σχεδίαση και οργάνωση μιας έρευνας αφορά στο ποια από τις προαναφερθείσες προσεγγίσεις είναι η καταλληλότερη για την επίλυση του ερευνητικού ερωτήματος. Η αρχική διάκριση μεταξύ ποιοτικής και ποσοτικής προσέγγισης είναι ότι οι ποσοτικές μέθοδοι έρευνας χρησιμοποιούν μετρήσιμα δεδομένα (Bauernfeind, 2018). Ο στόχος είναι η συλλογή δεδομένων σχετικά με μετρήσιμες διαστάσεις, ενώ οι ποιοτικές τεχνικές χρησιμοποιούν «εμπλουτισμένες» πληροφορίες που σημαίνει έννοιες ή εικόνες (Middleton, 1995). Έτσι, η συλλογή δεδομένων είναι διαφορετική: η ποσοτική συλλογή δεδομένων περιορίζεται σε προκαθορισμένες κατηγορίες, λαμβάνει δεδομένα για παράδειγμα μέσω τυπικών ερωτηματολογίων, ενώ η ποιοτικές προσεγγίσεις δεν περιορίζονται σε προκαθορισμένες κατηγορίες και χρησιμοποιούν μεθόδους όπως οι συνεντεύξεις σε βάθος (Djamba & Neuman, 2002).

Ποιες είναι οι επιπτώσεις, τα πλεονεκτήματα, οι ελλείψεις και οι συνακόλουθες τομείς εφαρμογής αυτών των δηλώσεων; Μία από τις πιο σημαντικές διακρίσεις είναι ότι οι ποσοτικές προσεγγίσεις επιτρέπουν τη στατιστική ανάλυση, αλλά οι ποιοτικές μεθοδολογίες είναι λιγότερο ή δεν είναι κατάλληλες για τη συλλογή ποσοτικοποιήσιμων αποτελεσμάτων (Myers, 1997). Έτσι, τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας συγκρίνονται ευκολότερα και ακριβέστερα, ενώ οι ποιοτικές μέθοδοι επιτρέπουν γενικά τη διερεύνηση βαθύτερης εικόνας του θέματος. για παράδειγμα, είναι δυνατό να διερευνηθούν στάσεις, συναισθήματα, αντιλήψεις (Skinner και άλλοι, 2000). Ωστόσο, και οι δύο προσεγγίσεις είναι πολύτιμες και μπορούν να αλληλοσυμπληρώνονται. Αυτός είναι ο λόγος, άλλωστε που χρησιμοποιούνται και οι μικτές προσεγγίσεις που εκμεταλλεύονται τα πλεονεκτήματα τόσο των ποσοτικών όσο και των ποιοτικών μεθόδων σταθμίζοντας κατά περίπτωση το που θα δοθεί έμφαση (Bauernfeind, 2018).

Η ερευνητική προσέγγιση της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας είναι ποσοτική, παρ' όλο που γίνεται χρήση ορισμένων ποιοτικών ερευνητικών ερωτημάτων. Ο προσανατολισμός της έρευνας και ο κύριος όγκος των ερωτημάτων, έχουν σκοπό την συλλογή μετρήσιμων δεδομένων, τα οποία και αναλύονται με την μεθοδολογία MUSA, μέσω του αντίστοιχου λογισμικού.

### **3.2. Μοντέλα μέτρησης της ικανοποίησης**

Σύμφωνα με τον Κοσμάτο (2004) η μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών κατηγοριοποιείται ως εξής:

- Άμεσα συστήματα μέτρησης: γίνεται χρήση δεδομένων από έρευνες που έχουν διεξαχθεί για την ικανοποίηση, ή τα παράπονα κλπ.
- Έμμεσα συστήματα: δεν χρησιμοποιούνται στη επίλυση προβλημάτων μέτρησης της ικανοποίησης, αλλά την επίλυση ανεπιθύμητων καταστάσεων της επιχείρησης.

Τα πιο σημαντικά μοντέλα που καταγράφονται στην βιβλιογραφία για την μέτρηση της ικανοποίησης των πελατών είναι τα εξής (Μητκάκη, 2018):

- Μοντέλο Oliver (Oliver, 2010): Είναι γνωστό και ως μοντέλο διάψευσης προσδοκίας. Σύμφωνα με τον Oliver η ικανοποίηση μπορεί να οριστεί σαν μια μεταγοραστική εμπειρία η οποία είναι ευχάριστη για τον καταναλωτή με δεδομένη την προαγοραστική προσδοκία του.
- Μοντέλο του Fornell (Fornell, 1992): Σύμφωνα με το μοντέλο Fornell υπάρχει άμεση συσχέτιση των μέτρων ικανοποίησης του πελάτη όπως οι προσδοκίες, η πίστη, τα παράπονα κλπ με συγκεκριμένες προκαθορισμένες σχέσεις, η οποία όμως είναι υποκειμενική για κάθε πελάτη (Tsitskari και άλλοι, 2006).
- Μέθοδος MUSA: Δεν αποτελεί στατιστική μεθοδολογία και κάνει εκτίμηση του επιπέδου ικανοποίησης του καταναλωτή και γι' αυτό θεωρείται ότι πλεονεκτεί για μια επιχείρηση (Oliver, 1997).

### **3.3. Σκοπός και προσέγγιση της έρευνας**

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στη διερεύνηση της ικανοποίησης των πελατών υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Οι συγκεκριμένες ψηφιακές υπηρεσίες, των οποίων την ικανοποίηση διερευνάται στην εργασία, έχουν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, τα οποία επηρέασαν σημαντικά τον γενικότερο σχεδιασμό και την επιλογή των ερευνητικών προσεγγίσεων. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι:

- Πρόκειται για ψηφιακές υπηρεσίες, βασισμένες σε διαδικτυακά πληροφοριακά συστήματα λογισμικού,
- Διαχειρίζονται ευαίσθητα προσωπικά δεδομένα,
- Προϋποθέτουν την χρήση υπολογιστικών συστημάτων (H/Y, Διαδίκτυο, φορητές ψηφιακές συσκευές, κτλ).

Η διερεύνηση της συνολικής ικανοποίησης των πελατών της ηλεκτρονικής τραπεζικής μελετάται ως συνάρτηση τεσσάρων βασικών κριτηρίων, που είναι απόρροια των παραπάνω χαρακτηριστικών. Τα κριτήρια αυτά είναι η Ευχρηστία, η Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα, η Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία και η Αξιοπιστία και η επιλογή τους τεκμηριώνεται στην συνέχεια.

Παρ' όλο που τα παραπάνω κριτήρια έχουν ποιοτικό χαρακτήρα η διερεύνηση της ικανοποίησης με βάση αυτά προσεγγίζεται ποσοτικά, όπως θα αναλυθεί διεξοδικά. Εφαρμόστηκε μια ποσοτική προσέγγιση για τη λήψη δεδομένων από τους πελάτες της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Συνολικά η ερευνητική προσέγγιση θα μπορούσε να χαρακτηριστεί μικτή, καθώς περιέχει και ποιοτικές προσεγγίσεις. Συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε μια διαδικτυακή έρευνα για τη συλλογή απόψεων των χρηστών των παραπάνω υπηρεσιών. Για τις ανάγκες διεξαγωγής της έρευνας και την συλλογή των δεδομένων κατασκευάστηκε ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο (Παράρτημα).

Το ερωτηματολόγιο δομήθηκε σε έξι ενότητες:

1. Δημογραφικά στοιχεία: φύλο ερωτηθέντος, ηλικία και οικογενειακή κατάσταση
2. Επίπεδο εκπαίδευσης και επαγγελματική κατάσταση: στοιχεία απαραίτητα για την συμπλήρωση του προφίλ του ερωτώμενου.
3. Υπηρεσίες: που χρησιμοποιεί (μεταξύ των πιο δημοφιλών υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής)
4. Μέσα: που χρησιμοποιεί (web banking, mobile banking, phone banking κτλ)
5. Κριτήρια: είναι ο πυρήνας του ερωτηματολογίου. Για κάθε ένα από τα τέσσερα κριτήρια, ο χρήστης των υπηρεσιών καλείται να εκφράσει ποσοτικά την ικανοποίησή του (σε μια βαθμωτή κλίμακα απ' το 1 έως το 5) σε μια σειρά από υποκριτήρια, που αποτελούν συνιστώσες του κριτηρίου. Επιπλέον ζητείται απάντηση και στη συνολική ικανοποίηση από την ηλεκτρονική τραπεζική, στη ίδια πάντα κλίμακα.
6. Προτάσεις: συλλέχθηκαν ποιοτικές απόψεις, αντιλήψεις και προτάσεις σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική.

Για την ανάλυση των δεδομένων δείγματος και την εξαγωγή συμπερασμάτων, όσον αφορά στην ικανοποίηση των πελατών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής επιλέχθηκε και χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος MUSA (Γρηγορούδης και Σίσκος, 2000).

### **3.4. Κριτήρια / Διαστάσεις ικανοποίησης πελατών ηλεκτρονικής τραπεζικής**

Στην ενότητα αυτή τεκμηριώνεται η επιλογή καθενός από τα τέσσερα βασικά κριτήρια, τα οποία όπως αναφέρθηκε αποτελούν τις διαστάσεις ικανοποίησης των πελατών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

#### **3.4.1. Ευχρηστία**

Ο όρος ευχρηστία αναφέρεται ως μια βασική ιδιότητα ενός χρησιμοποιήσιμου υπολογιστικού (και όχι μόνο) συστήματος (λογισμικού ή υλικού) και προσδιορίζει την ευκολία στη χρήση του. Στην πραγματικότητα και με βάση τον πολύ σημαντικό τομέα της επιστήμης των υπολογιστών «διεπικοινωνία ανθρώπου-μηχανής» (human-computer interaction) ευχρηστία ενός συστήματος λογισμικού ή υλικού είναι μία βασική ποιοτική παράμετρος, η οποία εξάγεται ως συνισταμένη μιας σειράς επιμέρους ποσοτικών (μετρήσιμων) παραμέτρων. Οι παράμετροι αυτές μετρούν ευκολία, ταχύτητα, αποδοτικότητα και εν γένει εργονομία, στην επίτευξη συγκεκριμένων εργασιών-στόχων σε ένα υπολογιστικό σύστημα λογισμικού ή υλικού.

Η ευχρηστία πλέον περιγράφεται από διεθνή πρότυπα, όπως ISO/IEC 9126 (Botchway και άλλοι, 2021 και Rochimah και άλλοι, 2015), που αφορά στην ποιότητα λογισμικού και ISO/DIS 9241-11 (Jokela et al., 2003 και Speicher M., 2015), που αφορά στην διεπικοινωνία ανθρώπου-υπολογιστή.

Σύμφωνα με τους Granizo και άλλοι, (2011) η ευχρηστία των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πάρα πολύ σημαντικό να μελετάται σε βάθος και να

βελτιστοποιείται συνεχώς προκειμένου η διεπικοινωνία των χρηστών με τις διαδικτυακές πλατφόρμες να είναι όσο πιο αποδοτική είναι εφικτό.

Όσον αφορά στην ηλεκτρονική τραπεζική και την αξιολόγηση της η ευχρηστία αποτελεί θεμελιώδες κριτήριο για την ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών, είναι το μέτρο εργονομίας στη διεκπεραίωση σχετικών υπηρεσιών.

Για τον προσδιορισμό της συνολικής ευχρηστίας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής επιλέχθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν τρία υποκριτήρια:

1. Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Ποσοστό συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Ευκολία στο να βοηθηθεί ο χρήστης (όταν χρειάζεται) για την διεκπεραίωση της συναλλαγής του.

Η διερεύνηση των παραπάνω χρησιμοποιούνται τα αντίστοιχα ερωτήματα στην ενότητα «Ευχρηστία» του ερωτηματολογίου (Παράρτημα).

### **3.4.2. Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα**

Το 2013 το ευρωπαϊκό κοινοβούλιο εξέδωσε μια σημαντική μελέτη για την ασφάλεια των ηλεκτρονικών υπηρεσιών (Jacobi και άλλοι, 2013), όπου ανέδειξε την σημαντικότητα της και έθεσε κάποιες παραμέτρους για την υλοποίηση ασφαλών συστημάτων. Όσον αφορά τις ψηφιακές υπηρεσίες και δει αυτές της ηλεκτρονικής τραπεζικής η ασφάλεια των συναλλαγών και η απόλυτη διαφύλαξη της ιδιωτικότητας και των προσωπικών δεδομένων είναι θεμελιώδους σημασίας και δεν επιδέχεται κανένα συμβιβασμό.

Η έννοια της ασφάλειας υλικού, λογισμικού και δεδομένων στα ψηφιακά συστήματα και ακόμα περισσότερο στα διαδικτυακά ψηφιακά συστήματα είναι πολυδιάστατη και εξαιρετικά σημαντική για την απρόσκοπτη και αποδοτική λειτουργία τους, αλλά και για την ίδια την ύπαρξη τους (Palanisamy R. & Mukerji B., 2014).

Αντίστοιχα καθοριστικής σημασίας, γενικότερα στην πλοήγηση στο διαδίκτυο και ειδικότερα στις πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής, είναι και η διαφύλαξη του προσωπικού απορρήτου, ή προσωπικών δεδομένων (Al-Jamal M., & Abu-Shanab E., 2015).

Η συνολική ικανοποίηση για την ασφάλεια και ιδιωτικότητα των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα καθορίστηκε από τις ακόλουθες συνιστώσες (υποκριτήρια):

1. Ασφάλεια συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

2. Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας (OTP, Viber/SMS ή push notification, i-code, κτλ ) στις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων.

Η διερεύνηση των παραπάνω χρησιμοποιούνται τα αντίστοιχα ερωτήματα στην ενότητα «Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα» του ερωτηματολογίου (Παράρτημα).

### **3.4.3. Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία**

Σε κάθε διαδικτυακή πλατφόρμα με μεγάλη επισκεψιμότητα και χιλιάδες αιτήματα, είναι καθοριστικής σημασίας η σταθερά ικανοποιητική απόκριση του συστήματος. Είναι δηλαδή ουσιώδες για μια τέτοια πύλη να μπορεί να εξυπηρετεί απρόσκοπτα και χωρίς σοβαρές απώλειες απόκρισης, ανεξαρτήτως του όγκου των αιτημάτων. Δεν νοείται για ένα διαδικτυακό σύστημα που πρέπει να δουλεύει αξιόπιστα να παρουσιάζει καθυστερήσεις απόκρισης ή ακόμα χειρότερα προσωρινές δυσλειτουργίες (μερικώς ή συνολικά).

Προσεγγίζοντας το συγκεκριμένο κριτήριο από την μεριά του πολίτη/χρήστη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής η εμπειρία σύνδεσης, διεπικοινωνίας και εν τέλει υποβολής και διεκπεραίωσης ενός αιτήματος (συναλλαγής) είναι απαραίτητο να γίνεται απρόσκοπτα κι αποδοτικά. Μ' αυτό τον τρόπο μια πύλη ηλεκτρονικής τραπεζικής πραγματικά θα λειτουργεί προς όφελος του πολίτη, αφενός αποδοτικά κι αφετέρου ελκυστικά.

Η συνολική ικανοποίηση από του συγκεκριμένου κριτηρίου της ανταπόκρισης/διεπικοινωνίας των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής έγινε χρήση των ακόλουθων υποκριτηρίων:

1. Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής (υποβολής αιτήματος).
2. Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος.
3. Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία.

Η διερεύνηση των παραπάνω χρησιμοποιούνται τα αντίστοιχα ερωτήματα στην ενότητα «Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία» του ερωτηματολογίου (Παράρτημα).

### **3.4.4. Αξιοπιστία**

Η σημασία της αξιοπιστίας στα συστήματα λογισμικού γίνεται ξεκάθαρη με το πρότυπο 1633 του 2008, του Ινστιτούτου Ηλεκτρολόγων και Ηλεκτρονικών Μηχανικών (IEEE Std 1633™, 2008). Στο πρότυπο αυτό του IEEE, ως Αξιοπιστία Λογισμικού ορίζεται η πιθανότητα ότι το λογισμικό δεν θα προκαλέσει αστοχία συστήματος για ένα καθορισμένο χρονικό διάστημα υπό καθορισμένες συνθήκες. Είναι λοιπόν κατανοητό ότι μια καθοριστικής σημασίας συνιστώσα για την συνολική ποιότητα και επίδοση ενός συστήματος λογισμικού είναι η αξιοπιστία.

Συγκεκριμένα όσον αφορά στα συστήματα λογισμικού που εξυπηρετούν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής οι απαιτήσεις είναι πολύ υψηλές (Perveen et al 2016). Μάλιστα, έρευνες έχουν δείξει ότι η συνολική ικανοποίηση των πελατών των τραπεζών επηρεάζεται σημαντικά από τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022).

Γίνεται φανερό ότι η έννοια της αξιοπιστίας στην ηλεκτρονική τραπεζική είναι θεμελιώδους σημασίας και γι' αυτό αποτελεί ξεχωριστό κριτήριο για την αξιολόγηση της.

Στην περίπτωση της αξιοπιστίας η συνολική ικανοποίηση προσεγγίζεται με βάση τα ακόλουθα υποκριτήρια:

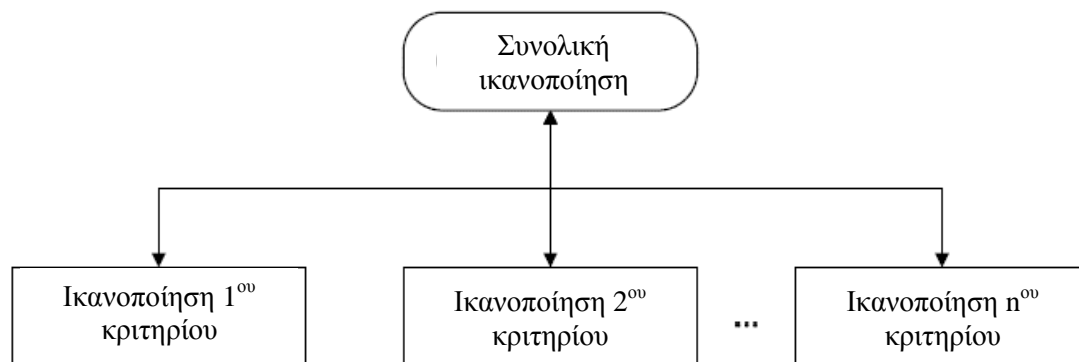
1. Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλλονται μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η διερεύνηση των παραπάνω χρησιμοποιούνται τα αντίστοιχα ερωτήματα στην ενότητα «Αξιοπιστία» του ερωτηματολογίου (Παράρτημα).

### 3.5. Πολυκριτήρια μέθοδος μέτρησης της ικανοποίησης — MUSA

Η μέθοδος MUSA (Multicriteria Satisfaction Analysis) είναι μια πολυκριτήρια αναλυτική - συνθετική προσέγγιση διαχωρισμού που παρέχει ποσοτικές μετρήσεις της ικανοποίησης του πελάτη, λαμβάνοντας υπόψη την ποιοτική μορφή των κρίσεων των πελατών (Γρηγορούδης και Σίσκος, 2000). Ο κύριος στόχος της μεθόδου MUSA είναι η συνάθροιση των ατομικών κρίσεων σε μια συλλογική συνάρτηση αξίας, υποθέτοντας ότι η συνολική ικανοποίηση του πελάτη εξαρτάται από ένα σύνολο  $n$  κριτηρίων ή μεταβλητών που αντιπροσωπεύουν χαρακτηριστικές διαστάσεις υπηρεσίας/προϊόντος (Εικόνα 1).

Για την συλλογή των απαιτούμενων δεδομένων χρησιμοποιείται ερωτηματολόγιο



**Εικόνα 1:** Σύνθεση προτιμήσεων πελάτη. Πηγή: Grigoroudis και Siskos, (2002 και 2009).

μέσω του οποίου ο πελάτης αξιολογεί το παρεχόμενο προϊόν/υπηρεσία, δηλαδή εκφράζει τις κρίσεις του: τη συνολική του ικανοποίηση και την ικανοποίησή του ως προς το σύνολο των διακριτών κριτηρίων. Για τις κρίσεις των πελατών χρησιμοποιείται μια προκαθορισμένη γραμμική κλίμακα διατακτικών (/ιεραρχικών) μεταβλητών ικανοποίησης, όπως η παρακάτω:

1. «Πολύ δυσαρεστημένος/η»
2. «Δυσαρεστημένος/η»
3. «Ούτε δυσαρεστημένος/η - ούτε ικανοποιημένος/η»
4. «Ικανοποιημένος/η»
5. «Πολύ ικανοποιημένος/η»

Οι εκτιμώμενες συναρτήσεις αξίας/ικανοποίησης είναι τα πιο σημαντικά αποτελέσματα της μεθόδου MUSA, δεδομένου ότι δείχνουν την πραγματική αξία, σε ένα κανονικοποιημένο διάστημα  $[0, 100]$ , που δίνουν οι πελάτες για κάθε επίπεδο της συνολικής ή οριακής κλίμακας διατακτικής (/ιεραρχικής) ικανοποίησης. Η μορφή αυτών των συναρτήσεων υποδεικνύει το βαθμό απαιτητικότητας των πελατών.

Διακρίνονται τρεις ομάδες πελατών με διαφορετικά επίπεδα απαιτήσεων:

- *Ουδέτεροι πελάτες*: η συνάρτηση αξίας έχει γραμμική μορφή. Όσο πιο ικανοποιημένοι φαίνεται να είναι οι πελάτες, τόσο υψηλότερο είναι το ποσοστό των εκπληρωμένων προσδοκιών τους.
- *Απαιτητικοί πελάτες*: η συνάρτηση αξίας είναι κυρτή. Οι πελάτες δεν είναι πραγματικά ικανοποιημένοι, εκτός εάν λάβουν το καλύτερο επίπεδο ποιότητας.
- *Μη απαιτητικοί πελάτες*: η συνάρτηση αξίας είναι κοίλη.

Οι πελάτες εκφράζουν ότι είναι ικανοποιημένοι, παρ' όλο που μόνο ένα μικρό μέρος των προσδοκιών τους εκπληρώνεται.

Οι συναρτήσεις αξίας συνολικής και μερικής ικανοποίησης πελατών,  $Y^*$  και  $X_i^*$ , αντίστοιχα, αναφέρονται ως συναρτήσεις προσθετικής και οριακής αξίας ή χρησιμότητας, αντίστοιχα, και οι ιδιότητές τους προσδιορίζονται στα πλαίσια της πολυκριτήριας ανάλυσης. Ειδικότερα, η συνάρτηση συνολικής αξίας  $Y^*$  αντιπροσωπεύει το σύστημα αξιών προτιμήσεων των πελατών και υποδεικνύει τις συνέπειες των κριτηρίων ικανοποίησης.

Επιπλέον, η μέθοδος MUSA υποθέτει ότι οι  $Y^*$  και  $X_i^*$  είναι μονότονες, μη φθίνουσες, διακριτές (τμηματικά γραμμικές) συναρτήσεις.

Τα βάρη των κριτηρίων ικανοποίησης αντιπροσωπεύουν τη σχετική σημασία των αξιολογούμενων διαστάσεων ικανοποίησης. Έτσι, η απόφαση για το εάν μια διάσταση ικανοποίησης θεωρείται «σημαντική» από τους πελάτες, βασίζεται επίσης στον αριθμό των αξιολογημένων κριτηρίων. Οι ιδιότητες των βαρών προσδιορίζονται επίσης στο πλαίσιο της πολυκριτήριας ανάλυσης και πρέπει να σημειωθεί ότι τα βάρη είναι βασικά συμβιβασμοί αξιών μεταξύ των κριτηρίων.



Η εκτίμηση ενός κανόνα απόδοσης, συνολικά αλλά και ανά κριτήριο ικανοποίησης, μπορεί να είναι πολύ χρήσιμη στην ανάλυση και τη συγκριτική αξιολόγηση της ικανοποίησης πελατών. Ο μέσος συνολικός και οι μερικοί δείκτες ικανοποίησης,  $S$  και  $S_i$ , αντίστοιχα, χρησιμοποιούνται για το σκοπό αυτό και μπορούν να εκτιμηθούν σύμφωνα με τις ακόλουθες εξισώσεις:

$$S = \frac{1}{100} \sum_{m=1}^{\alpha} p^m y^{*m}$$

$$S_i = \frac{1}{100} \sum_{k=1}^{\alpha} p_i^k x_i^{*k} \quad \text{για } i = 1, 2, \dots, n$$

όπου  $p^m$  και  $p_i^k$  είναι οι συχνότητες των πελατών που ανήκουν στα επίπεδα ικανοποίησης  $y^m$  και  $x_i^k$ , αντίστοιχα.

Οι μέσοι δείκτες ικανοποίησης είναι βασικά η μέση τιμή των συναρτήσεων συνολικής ή οριακής αξίας, κανονικοποιημένη στο διάστημα  $[0, 100\%]$ .

### 3.5.1. Δείκτες Μέσης Απαίτησης

Η ανάγκη αξιολόγησης ενός συνόλου μέσων δεικτών απαίτησης έχει τεθεί σε προηγούμενες ενότητες, λαμβάνοντας υπόψη τα ακόλουθα πλεονεκτήματα:

- αξιολογείται ένα ποσοτικό μέτρο για την έννοια της απαίτησης των πελατών,
- γίνεται πλήρης εκμετάλλευση των πληροφοριών που παρέχονται από τις προστιθέμενες αξίες.

Οι δείκτες μέσης απαίτησης κανονικοποιούνται στο διάστημα  $[-1, 1]$  και ισχύουν οι ακόλουθες πιθανές περιπτώσεις:

- $D = 1$  ή  $D_i = 1$ : οι πελάτες έχουν το μέγιστο απαιτητικό επίπεδο.
- $D = 0$  ή  $D_i = 0$ : αυτή η περίπτωση αναφέρεται στους ουδέτερους πελάτες.
- $D = -1$  ή  $D_i = -1$ : οι πελάτες έχουν το ελάχιστο απαιτητικό επίπεδο.

### 3.5.2. Μέσοι Δείκτες Βελτίωσης

Το αποτέλεσμα των προσπαθειών βελτίωσης εξαρτάται από τη σημασία των διαστάσεων ικανοποίησης και τη συμβολή τους στη δυσαρέσκεια επίσης. Οι μέσοι δείκτες βελτίωσης δείχνουν τα περιθώρια βελτίωσης με βάση ένα συγκεκριμένο κριτήριο και αξιολογούνται σύμφωνα με την ακόλουθη εξίσωση:

$$I_i = b_i(1 - S_i) \quad \text{για } i = 1, 2, \dots, n$$

Αυτοί οι δείκτες κανονικοποιούνται στο διάστημα  $[0,1]$  και μπορεί να αποδειχθεί ότι:

$$\begin{cases} I_i = 1 \Leftrightarrow b_i = 1 \wedge S_i = 0 \\ I_i = 0 \Leftrightarrow b_i = 0 \vee S_i = 1 \end{cases} \text{ Για } i = 1, 2, \dots, n$$

Οι μέσοι δείκτες βελτίωσης χρησιμοποιούνται για την ανάπτυξη μιας σειράς διαγραμμάτων βελτίωσης.

### 3.5.3. Διαγράμματα δράσης

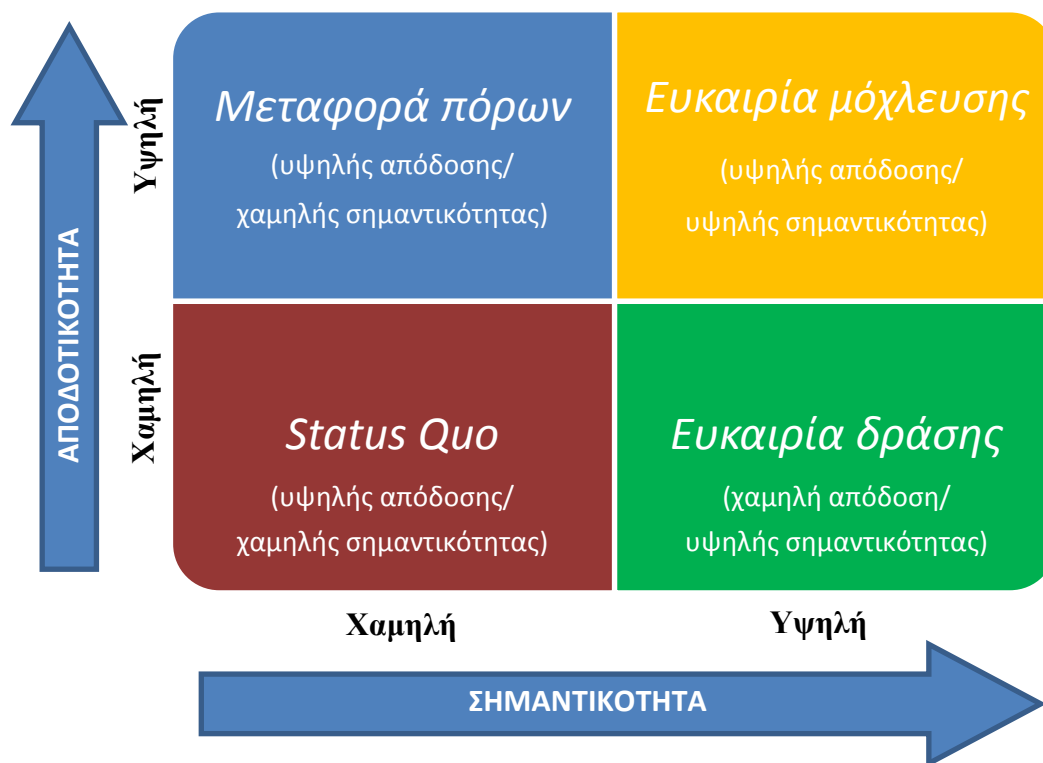
Συνδυάζοντας τα βάρη και τους μέσους δείκτες ικανοποίησης, κατασκευάζονται τα διαγράμματα ενεργειών (Εικόνα 2). Αυτά τα διαγράμματα υποδεικνύουν τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία όσον αφορά στην ικανοποίηση των πελατών και καθορίζουν τις απαιτούμενες προσπάθειες βελτίωσης.

Τα διαγράμματα δράσης αναφέρονται επίσης ως χάρτες απόφασης, στρατηγικών, αντίληψης και επιδόσεων ( Dutka, 1995, Motorola, 1995 και Naumann and Giel, 1995), ή ανάλυσης χάσματος (Hill, 1996, Woodruff και Gardial, 1996 και Vavra, 1997) και είναι παρόμοια με την ανάλυση SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats).

Καθένας από αυτούς τους χάρτες χωρίζεται σε τεταρτημόρια, ανάλογα με την απόδοση (υψηλό/χαμηλό) και τη σημασία (υψηλό/χαμηλό) που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ταξινόμηση ενεργειών:

- *Status quo* (χαμηλή απόδοση και χαμηλή σημασία): Γενικά, δεν απαιτείται καμία ενέργεια, δεδομένου ότι αυτές οι διαστάσεις ικανοποίησης δεν θεωρούνται τόσο σημαντικές από τους πελάτες.
- *Ευκαιρία μόχλευσης* (υψηλής απόδοσης/υψηλής σημασίας): Αυτή η περιοχή μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού. Σε αρκετές περιπτώσεις, αυτές οι διαστάσεις ικανοποίησης είναι οι πιο σημαντικοί λόγοι για τους οποίους οι πελάτες επέλεξαν το υπό μελέτη προϊόν/υπηρεσία.
- *Μεταφορά πόρων* (υψηλής απόδοσης/χαμηλής σημασίας): Όσον αφορά τη συγκεκριμένη διάσταση ικανοποίησης, οι πόροι της εταιρείας μπορεί να χρησιμοποιηθούν καλύτερα αλλού (π.χ. βελτίωση των διαστάσεων ικανοποίησης που βρίσκονται στο τεταρτημόριο ευκαιριών δράσης).
- *Ευκαιρία δράσης* (χαμηλή απόδοση/υψηλή σημασία): Αυτά είναι τα κριτήρια που χρειάζονται προσοχή. Οι προσπάθειες βελτίωσης θα πρέπει να επικεντρωθούν σε αυτά, προκειμένου να αυξηθεί το παγκόσμιο επίπεδο ικανοποίησης των πελατών.

Αυτό το πλέγμα μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για τον προσδιορισμό προτεραιοτήτων για βελτίωση.



Εικόνα 2: Διάγραμμα δράσης. Πηγή: Motorola, 1995.

1. Το κάτω δεξιό τεταρτημόριο είναι προφανώς η πρώτη προτεραιότητα, καθώς τα χαρακτηριστικά είναι σημαντικά για τους πελάτες, αλλά η απόδοση της εταιρείας βαθμολογείται μετρίως χαμηλή.
2. Η δεύτερη προτεραιότητα μπορεί να δοθεί στα κριτήρια ικανοποίησης στο πάνω δεξιό τεταρτημόριο, ειδικά εάν υπάρχει σημαντικό περιθώριο βελτίωσης.
3. Τα θέματα τρίτης προτεραιότητας υποδεικνύονται στο κάτω αριστερό τεταρτημόριο, αν και αυτά τα ζητήματα δεν είναι τρομερά συναφή τη στιγμή της ανάλυσης, μπορεί να είναι πιο σημαντικά στο μέλλον και η απόδοση της εταιρείας σίγουρα δεν είναι καλή.
4. Τελευταία προτεραιότητα βελτίωσης θα πρέπει να δοθεί στα κριτήρια στο πάνω αριστερό τεταρτημόριο, γιατί αυτή η κατηγορία είναι η λιγότερο σημαντική και η απόδοση της εταιρείας είναι σχετικά καλή.

#### 3.5.4. Διαγράμματα βελτίωσης

Τα διαγράμματα ενεργειών μπορούν να υποδεικνύουν ποιες διαστάσεις ικανοποίησης πρέπει να βελτιωθούν, αλλά δεν μπορούν να προσδιορίσουν το αποτέλεσμα ή την έκταση των προσπαθειών βελτίωσης. Για το λόγο αυτό, συνδυάζοντας τη μέση βελτίωση και τους δείκτες απαίτησης, μπορεί να αναπτυχθεί μια σειρά από διαγράμματα βελτίωσης.

Όπως φαίνεται στην Εικόνα 3, καθένας από αυτούς τους χάρτες χωρίζεται σε τεταρτημόρια ανάλογα με τις απαιτήσεις (υψηλές/χαμηλές) και την αποτελεσματικότητα (υψηλή/χαμηλή), που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κατάταξη των προτεραιοτήτων βελτίωσης:

- *1<sup>η</sup> προτεραιότητα*: αυτός ο τομέας υποδηλώνει άμεσες ενέργειες βελτίωσης, καθώς αυτές οι διαστάσεις είναι ιδιαίτερα αποτελεσματικές και οι πελάτες δεν είναι απαιτητικοί.
- *2<sup>η</sup> προτεραιότητα*: περιλαμβάνει διαστάσεις ικανοποίησης που έχουν είτε δείκτη χαμηλής απαίτησης είτε υψηλό δείκτη βελτίωσης.
- *3<sup>η</sup> προτεραιότητα*: αναφέρεται σε διαστάσεις ικανοποίησης που έχουν μικρό περιθώριο βελτίωσης και χρειάζονται ουσιαστική προσπάθεια.



Εικόνα 3: Διάγραμμα Βελτίωσης. Πηγή: Grigoroudis και Siskos, (2009).

## 4. Παρουσίαση του δείγματος της έρευνας

Για την διεξαγωγή της έρευνας ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής δημιουργήθηκε η φόρμα (Google form). Η διεξαγωγή της έρευνας έγινε αποκλειστικά διαδικτυακά σε επίπεδο επικράτειας. Για τις ανάγκες της εργασίας επιλέχθηκε ένα τυχαίο δείγμα 328 απαντήσεων. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ευρήματα της έρευνας.

### 4.1. Γενικά - Δημογραφικά στοιχεία του δείγματος

Στην συνέχεια παρουσιάζονται μέσα από τα σχετικά διαγράμματα τα γενικά δημογραφικά στοιχεία του δείγματος, το επίπεδο εκπαίδευσης και η επαγγελματική κατάσταση που συμπληρώνουν το προφίλ των ερωτηθέντων.

#### 4.1.1. Φύλο

Όπως παρουσιάζεται και στον Πίνακα 1 η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας, περίπου τα 2/3 είναι γυναίκες (68%).

Φύλο	Απαντήσεις	Ποσοστό (%)
Γυναίκα	223	68,1
Ανδρας	105	31,9
ΣΥΝΟΛΟ	328	100

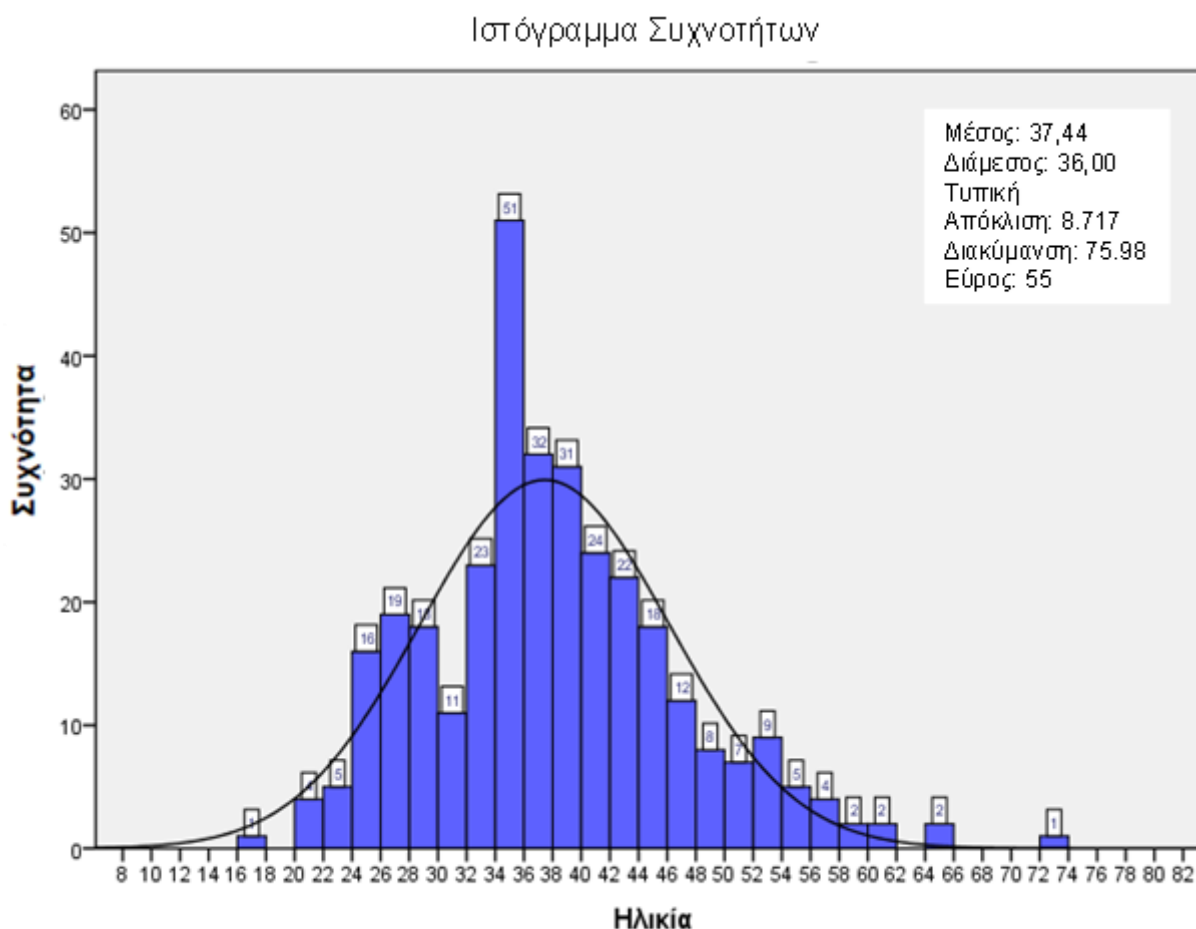
Πίνακας 1: Μερίδιο του κάθε φύλου στο δείγμα της έρευνας.

#### 4.1.2. Ηλικία

στον Πίνακα 2 παρουσιάζεται η ηλικιακή κατανομή των συμμετεχόντων στην έρευνα, ενώ στην Εικόνα 4 το αντίστοιχο ιστόγραμμα συχνοτήτων για την ηλικία σαν μεταβλητή. Παρατηρούμε ότι η μέση ηλικία του δείγματος είναι τα 37 χρόνια.

Ηλικιακή κατανομή δείγματος (έτη)	Πλήθος	Ποσοστό (%)
<20	2	0,6
21-30	67	20,4
31-40	157	47,9
41-50	76	23,2
51-60	23	7,0
>60	2	0,6
ΣΥΝΟΛΟ	328	100

Πίνακας 2: Ηλικιακή κατανομή του δείγματος της έρευνας.



**Εικόνα 4:** Το ιστογράμμο συχνοτήτων της ηλικίας για πλήθος δείγματος  $N=328$ .

#### 4.1.3. Οικογενειακή κατάσταση

Στην Εικόνα 9 παρουσιάζεται η οικογενειακή του πληθυσμού του δείγματος με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (55%) να είναι άγαμοι.

Οικογενειακή κατάσταση	Πλήθος	Ποσοστό (%)
Έγγαμος	149	45
Άγαμος	179	55
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>328</b>	<b>100</b>

**Πίνακας 3:** Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων στην έρευνα.

#### 4.1.4. Εκπαίδευση / Σπουδές - Επαγγελματική Κατάσταση

Ο Πίνακας 4 παρουσιάζει το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων στην έρευνα τόσο σε πλήθος, όσο και σε ποσοστό ανά επίπεδο εκπαίδευσης. Παρατηρούμε ότι το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων είναι υψηλό. Το 74,7 των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και άνω (47,6% απόφοιτοι

τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, 24,7% κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και 2,4% κάτοχοι διδακτορικού τίτλου).

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Πλήθος	Ποσοστό (%)
Απόφοιτος/η Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης (Δημοτικού)	1	0,3
Απόφοιτος/η Γυμνασίου	5	1,5
Απόφοιτος/η Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Λυκείου)	44	13,4
Απόφοιτος/η Μεταδευτεροβάθμιας Επαγγελματικής Εκπαίδευσης/Κατάρτισης (ΙΕΚ, ΚΕΚ, κτλ)	33	10,1
Απόφοιτος/η Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης	156	47,6
Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου	81	24,7
Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου	8	2,4
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>328</b>	<b>100</b>

**Πίνακας 4:** Επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτηθέντων.

Η επαγγελματική κατάσταση για τον πληθυσμό του δείγματος της έρευνας παρουσιάζεται στον Πίνακα 5, όπου παρατηρούμε η συντριπτική πλειοψηφία είναι εργαζόμενοι με 56,7% να είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, 12,8% ελεύθεροι επαγγελματίες και το 11,6% δημόσιοι υπάλληλοι και σε μικρότερα ποσοστά άλλες εργασίες. Μόλις το 4% των ερωτηθέντων δήλωσαν άνεργοι και το 7,3% μαθητές/φοιτητές, οικιακά, συνταξιούχοι ή εισοδηματίες.

Επάγγελμα	Πλήθος	Ποσοστό (%)
Αγρότης	3	0,9
Άνεργος	13	4,0
Δημόσιος Υπάλληλος	42	12,8
Ελεύθερος Επαγγελματίας	49	14,9
Ιδιωτικός Υπάλληλος	189	57,6
Μαθητής/Φοιτητής	12	3,7
Οικιακά	4	1,2
Συνταξιούχος	7	2,1
Στρατιωτικός	9	2,7
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>328</b>	<b>100,0</b>

**Πίνακας 5:** Κατανομή των συμμετεχόντων με βάση την επαγγελματική ιδιότητα.

## 4.2. Υπηρεσίες μέσα διεκπεραίωσης Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

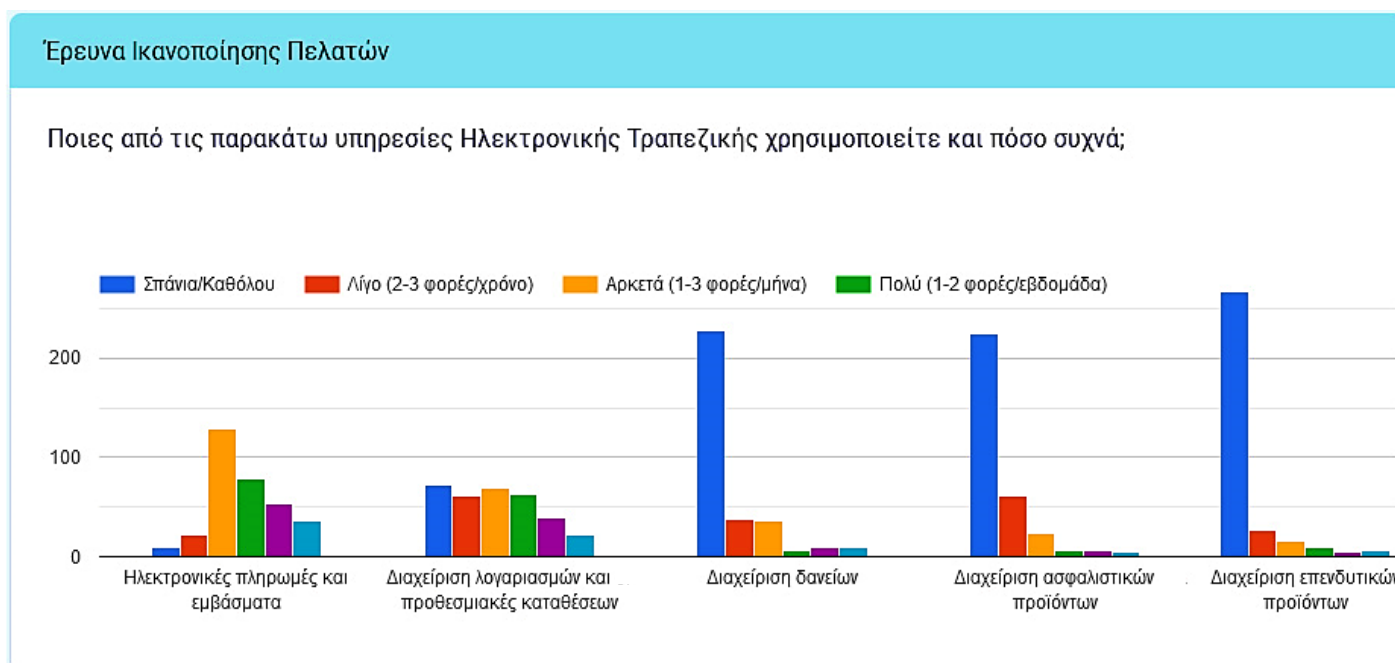
Σ' αυτή την ενότητα παρουσιάζονται με διαγραμματική απεικόνιση, οι προτιμήσεις των ερωτηθέντων όσον αφορά στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης και τα μέσα που χρησιμοποιούν για να κάνουν χρήση των σχετικών υπηρεσιών.

#### 4.2.1. Χρήση δημοφιλών υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Το κυρίως κομμάτι της έρευνας ξεκινά με την διερεύνηση των προτιμήσεων των πολιτών όσον αφορά στις πιο δημοφιλείς υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής:

1. Ηλεκτρονικές πληρωμές και εμβάσματα
2. Διαχείριση λογαριασμών και προθεσμιακών καταθέσεων
3. Διαχείριση δανείων
4. Διαχείριση ασφαλιστικών προϊόντων
5. Διαχείριση επενδυτικών προϊόντων

Όπως γίνεται φανερό στα ραβδογράμματα της Εικόνας 5 ότι η μεγάλη πλειοψηφία του δείγματος χρησιμοποιεί αρκετά μόνο τις δύο υπηρεσίες. Αυτό δεν οδηγεί, κατ' ανάγκη σε κάποιο αρνητικό συμπέρασμα συνολικά για την χρήση της τραπεζικής.



Εικόνα 5: Χρήση δημοφιλών υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

#### 4.2.2. Χρήση μέσων διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Η Εικόνα 6 αποτυπώνει τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων όσον αφορά στα μέσα που επιλέγουν για να κάνουν χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Όπως παρουσιάζεται στο σχετικό ραβδόγραμμα η μεγάλη πλειοψηφία χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου και ηλεκτρονικού υπολογιστή (74,1% και 67,7% αντίστοιχα). Παράλληλα το μεγαλύτερο κομμάτι του δείγματος διεκπεραιώνει πληρωμές μέσω μηχανημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών (POS, 64,9%) και συναλλάσσεται με ΑΤΜ μηχανήματα τραπεζών (63,1%).

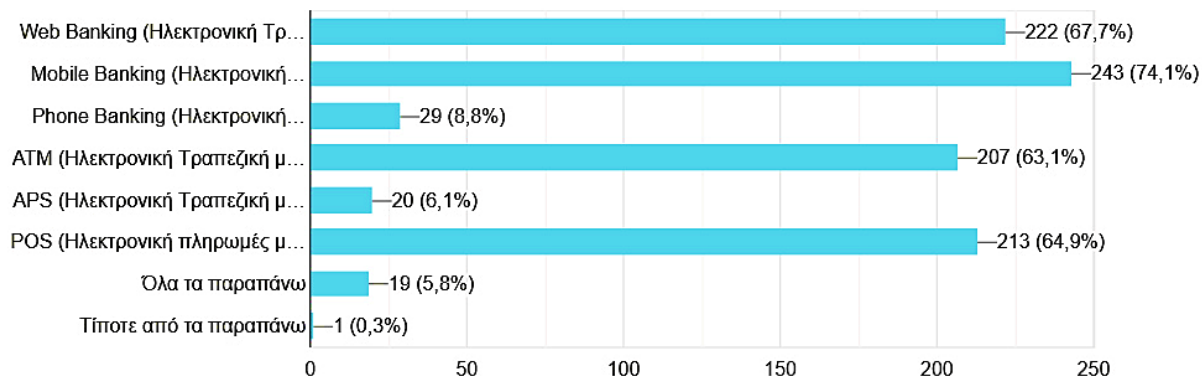


Δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς για τους πολίτες οι υπηρεσίες Τηλεφωνικής Τραπεζικής (Phone Banking, 8,8%) καθώς κι αυτές των Κέντρων

### Μέσα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Ποια(-ες) από τα παρακάτω μέσα/πρακτικές ηλεκτρονικής τραπεζικής χρησιμοποιείτε περισσότερο;

328 απαντήσεις



Εικόνα 6: Χρήση μέσων διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Αυτόματων Συναλλαγών (APS, 6,1%).

## 5. Ανάλυση αποτελεσμάτων της επεξεργασίας των δεδομένων με την μέθοδο MUSA

Στην ενότητα αυτή παρουσιάζονται τα ευρήματα της έρευνας ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, μετά από την επεξεργασία τους με την πολυκριτήρια μέθοδο MUSA.

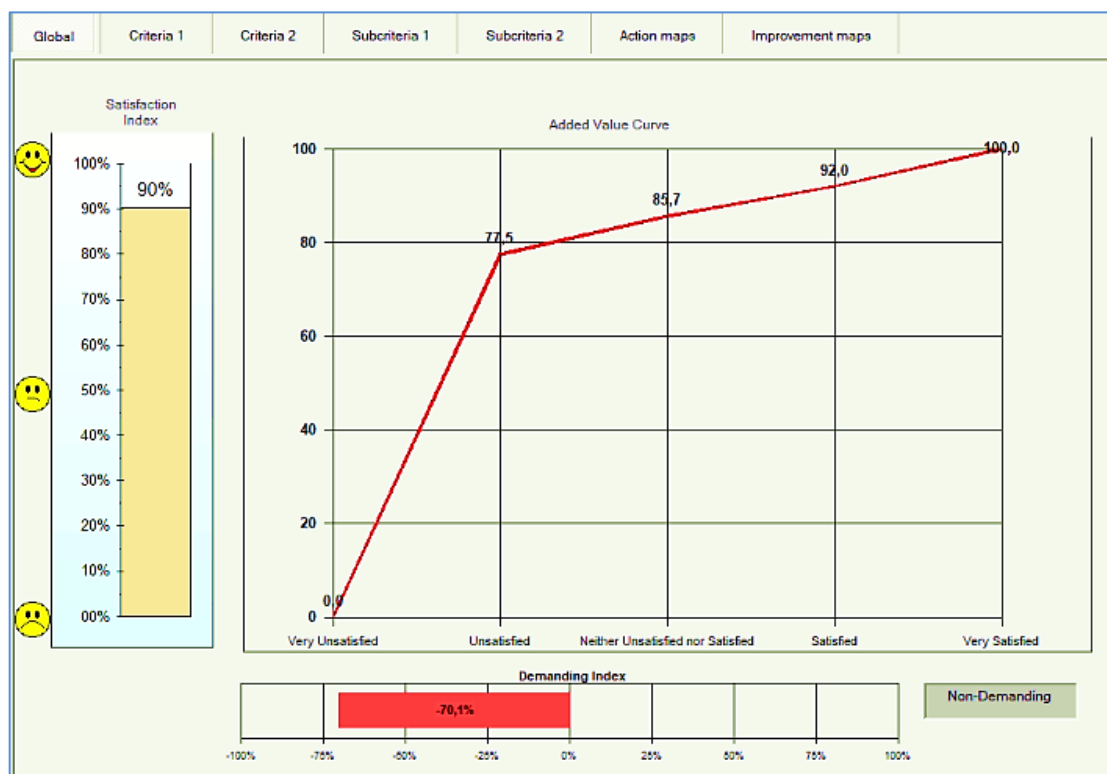
Πριν προχωρήσουμε στην ανάλυση και το σχολιασμό των αποτελεσμάτων θα πρέπει να λάβουμε υπόψη και τα ευρήματα της ανάλυσης των γενικών-δημογραφικών δεδομένων. Το δείγμα μας αποτελείται κατά μέσο όρο από νέους ανθρώπους (κάτω των 40 ετών), γυναίκες (70%), εργαζόμενους (87%), με υψηλό επίπεδο μόρφωσης (77% απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης).

Τα αποτελέσματα της έρευνας που θα παρουσιαστούν και αναλυθούν στην συνέχεια δεν αφορούν ένα τυχαίο δείγμα στην Ελλάδα, σύμφωνα με την αρχική σχεδίαση, αλλά νέους εργαζόμενους με υψηλό επίπεδο μόρφωσης. Αυτή η συγκεκριμενοποίηση του δείγματος μπορεί να εξηγηθεί αν λάβουμε υπόψη ότι πρόκειται για διαδικτυακή έρευνα σε ένα πολύ συγκεκριμένο θέμα, την οποία επέλεξαν να απαντήσουν άνθρωποι που έχουν εύκολη πρόσβαση και ευχέρεια στην χρήση ψηφιακών μέσων και διαδικτύου.

### 5.1. Συνολική ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα

Το κεντρικό εύρημα της παρούσας εργασίας είναι ότι το δείγμα μας, οι πολίτες/χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα είναι συνολικά πολύ ικανοποιημένοι, καθώς ο *Δείκτης Ολικής Ικανοποίησης* (Satisfaction Index), όπως παρουσιάζεται στην αριστερή στήλη της Εικόνας 7, είναι 90%. Στο κέντρο της ίδιας εικόνας παρουσιάζεται η *Καμπύλη Προστιθέμενων Αξιών* η (Added Value Curve), η οποία δείχνει την πραγματική αξία (σε μια κλίμακα 0-100) που δίνουν οι πολίτες σε κάθε επίπεδο της κλίμακας ολικής ικανοποίησης.

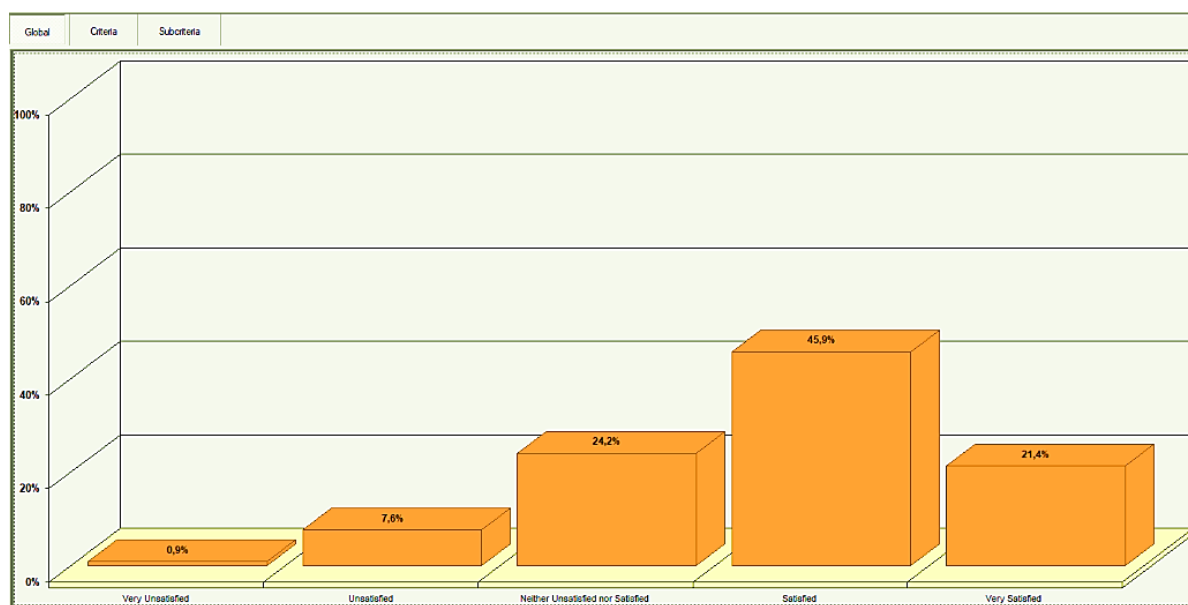
Τελευταία πληροφορία της ανάλυσης ικανοποίησης είναι ο *Δείκτης Απαιτητικότητας* (Demanding Index), ο οποίος δείχνει κατά μέσο όρο, σε μια κλίμακα [-100%, 100%], πόσο απαιτητικοί είναι οι πολίτες. Στην περίπτωση της έρευνας μας παρατηρούμε στο κάτω μέρος της Εικόνας 14 ότι ο δείκτης απαιτητικότητας είναι -70,1%, δηλαδή το δείγμα μας αποτελείται από μη απαιτητικούς πολίτες.



**Εικόνα 7:** Εκτίμηση συνολικής ικανοποίησης για την Ηλεκτρονική Τραπεζική στην Ελλάδα, ως έξοδος του λογισμικού που υλοποιεί τη μεθοδολογία MUSA.

Στην Εικόνα 8 παρουσιάζεται ραβδόγραμμα που απεικονίζει την συνολική ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα που εξήγαγε η επεξεργασία των δεδομένων του δείγματος από την μέθοδο MUSA.

Όπως γίνεται φανερό το 45,9% των συμμετεχόντων στην έρευνα βρίσκει ικανοποιητικές τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, ενώ το 24,2% έχει ουδέτερη (ούτε θετική, ούτε αρνητική) άποψη. Οι δυσαρεστημένοι και πολύ



**Εικόνα 8:** Ραβδόγραμμα συνολικής ικανοποίησης χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα.

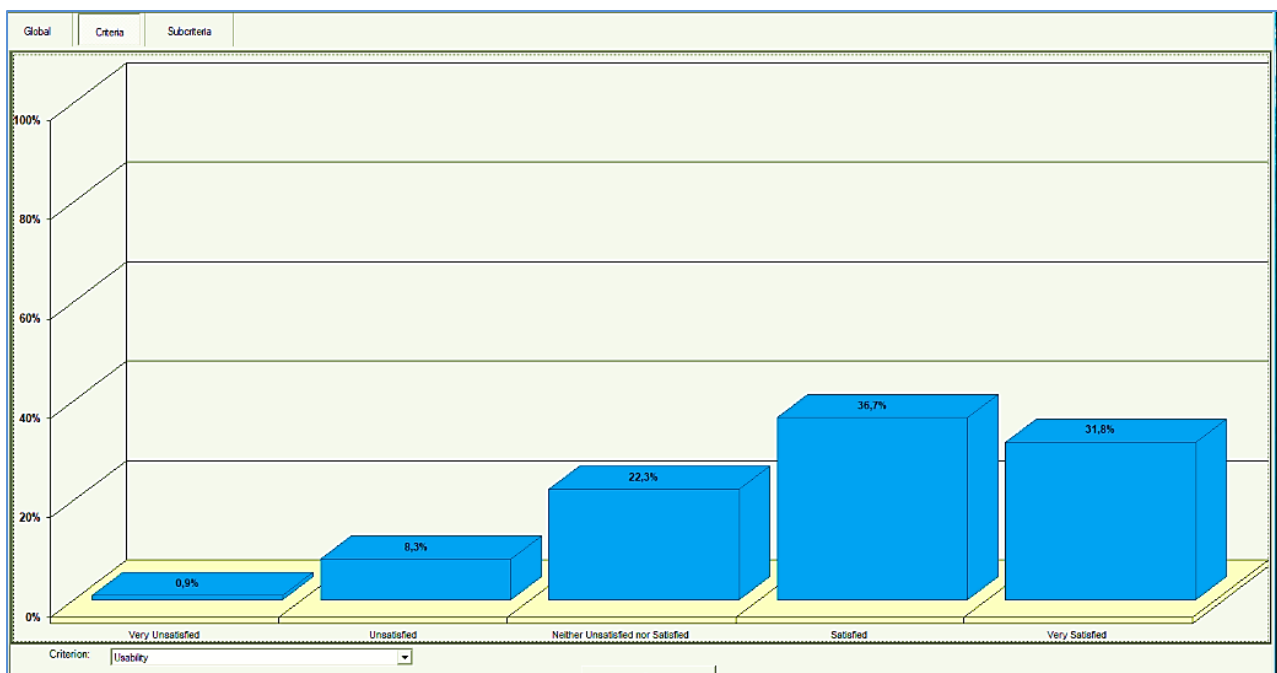
δυσανεστημένοι είναι συνολικά 8,5%, ενώ οι πολύ ικανοποιημένοι έχουν σημαντικό ποσοστό, 21,4%.

Συνολικά η εκτίμηση της έρευνας όσον αφορά στο βαθμό ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα είναι:

- Το 21,4% είναι πολύ ικανοποιημένοι.
- Τα δύο τρίτα (67,3%) έχουν θετική έως πολύ θετική άποψη.
- Το 24,2% έχει ουδέτερη άποψη.
- Το 8,5% είναι δυσανεστημένοι έως πολύ δυσανεστημένοι.

## 5.2. Ευχρηστία

Η Εικόνα 9 παρουσιάζει ένα ραβδόγραμμα με την συνολική ικανοποίηση των ερωτηθέντων όσον αφορά στην ευχρηστία των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής, τις οποίες γνωρίζουν. Γενικά για την ευχρηστία των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής η επεξεργασία των δεδομένων από τη μέθοδο MUSA δίνει τα ακόλουθα



Εικόνα 9: Ραβδόγραμμα του κριτηρίου της Ευχρηστίας.

συμπεράσματα:

- Το πολύ σημαντικό ποσοστό, 31,8% των πολιτών είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό (36,7%) των χρηστών είναι ικανοποιημένο.
- Το 22,3% δηλώνει ουδέτερη άποψη (ούτε θετική, ούτε αρνητική).
- Το 9,2% (περίπου) είναι δυσανεστημένο έως πολύ δυσανεστημένο.

### 5.2.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ευχρηστίας

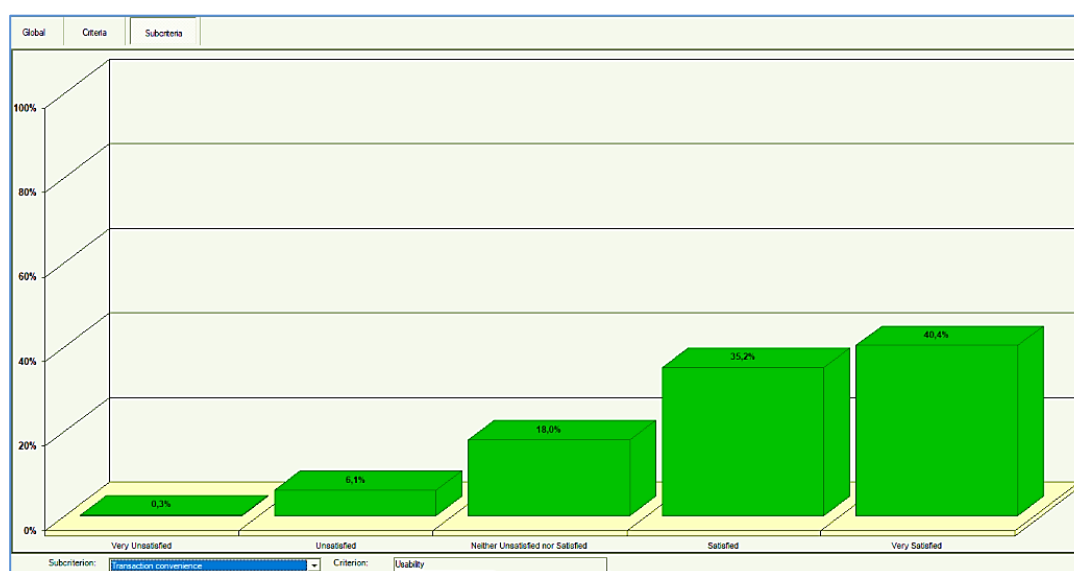
Για τον προσδιορισμό της συνολικής ευχρηστίας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής επιλέχθηκαν και χρησιμοποιήθηκαν τρία υποκριτήρια:

4. Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
5. Ποσοστό συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής.
6. Ευκολία στο να βοηθηθεί ο χρήστης (όταν χρειάζεται) για την διεκπεραίωση της συναλλαγής του.

#### 5.2.1.1. Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Όσον αφορά στην ευκολία με την οποία διεκπεραιώνονται οι συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής διαφαίνονται τα εξής (Εικόνα 10):

- Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων (40,4%) είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Ένα μεγάλο ποσοστό (35,2%) είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά τρία τέταρτα του δείγματος (75,6 %) είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 18% τάσσεται ουδέτερα.

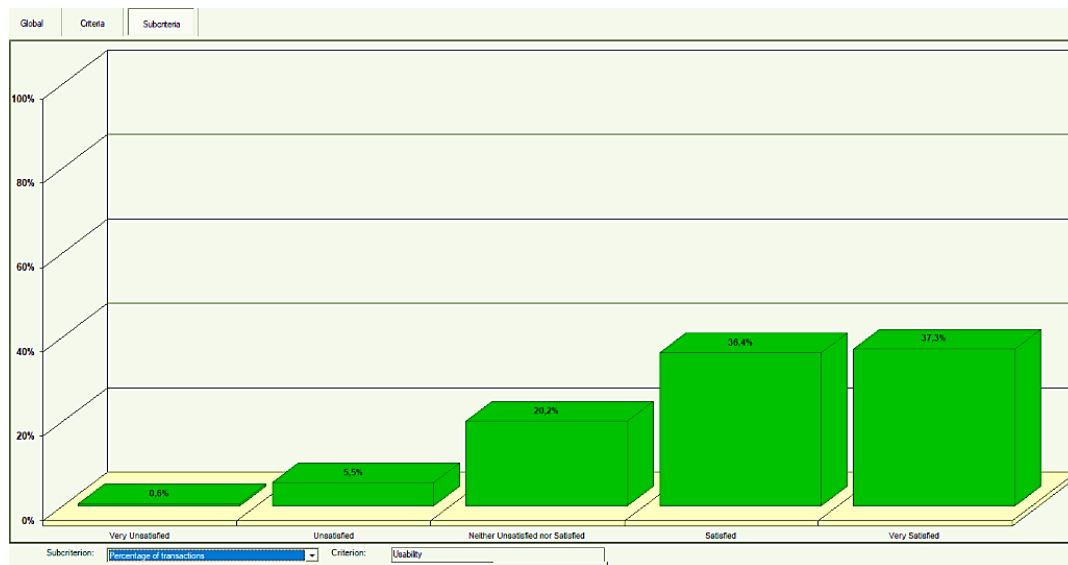


Εικόνα 10: Ραβδόγραμμα του υποκριτηρίου ευκολίας διεκπεραίωσης συναλλαγών.

- Το 6,4% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

#### 5.2.1.2. Ποσοστό συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Σχετικά με ποσοστό των συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής, λαμβάνονται τα εξής αποτελέσματα (Εικόνα 11):

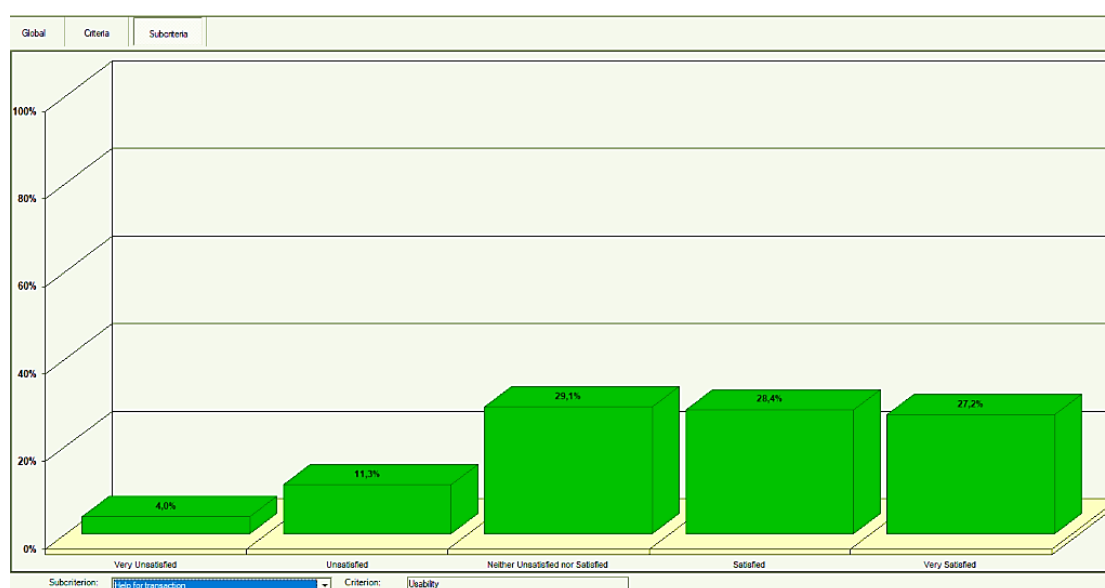


**Εικόνα 11:** Ραβδόγραμμα του ποσοστού συναλλαγών/εργασιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής.

- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 37,3% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Ένα μεγάλο ποσοστό, 36,4% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά κοντά στα τρία τέταρτα των πολιτών (73,7%) είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 20,2% τάσσεται ουδέτερα.
- Μόλις το 6,1% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

### 5.2.1.3. Ευκολία στη λήψη βοήθειας, όταν χρειάζεται, για την διεκπεραίωση μιας συναλλαγής.

Η παροχή υποστήριξης, ιδιαίτερα σε λιγότερο έμπειρους χρήστες είναι καθοριστική συνιστώσα της ευχρηστίας σε κάθε σύστημα υλικού ή λογισμικού. Η διερεύνηση της σχετικής παραμέτρου για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής αποτυπώνεται στην Εικόνα 12, όπου παρατηρούμε:

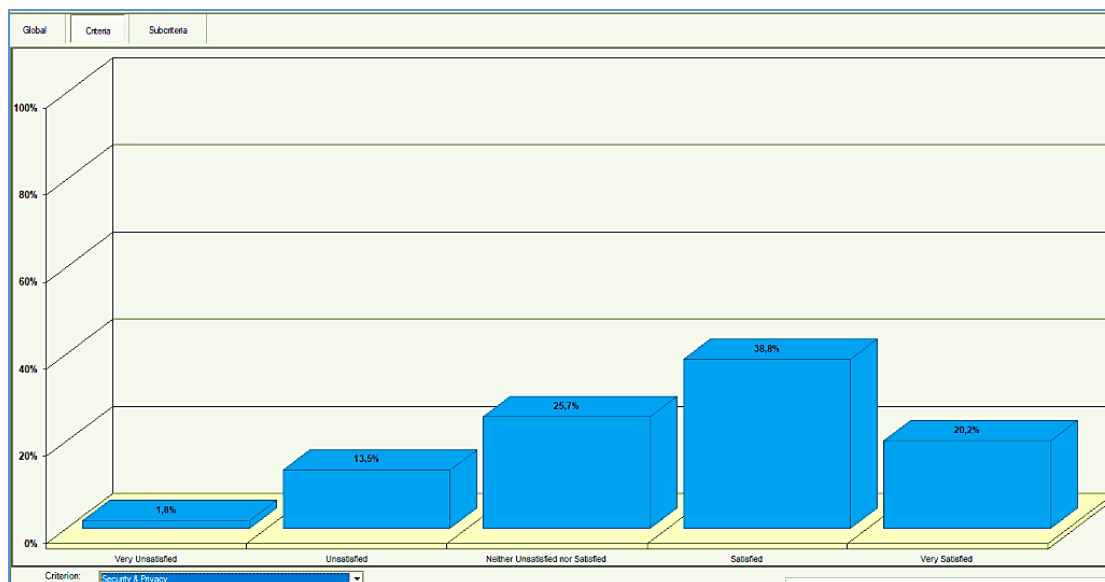


**Εικόνα 12:** Ραβδόγραμμα του υποκριτηρίου ευκολίας λήψης βοήθειας για την διεκπεραίωση επιθυμητής συναλλαγής.

- Ένα σημαντικό ποσοστό 27,2% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Ένα ακόμα μεγαλύτερο ποσοστό (28,4%) είναι ικανοποιημένο.
- Συνολικά, το 55,6% τους δείγματος είναι ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το 29,1% έχει ουδέτερη άποψη, ούτε θετική, ούτε αρνητική.
- Το 15,3% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

### 5.3. Ασφάλεια και ιδιωτικότητα

Η Εικόνα 13 παρουσιάζει ένα ραβδόγραμμα με την συνολική ικανοποίηση των ερωτηθέντων όσον αφορά στην ασφάλεια και την ιδιωτικότητα των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής, τις οποίες γνωρίζουν. Γενικότερα η μέθοδος MUSA δίνει τα ακόλουθα αποτελέσματα για την ασφάλεια και την ιδιωτικότητα των πυλών



**Εικόνα 13:** Ραβδόγραμμα για την ασφάλεια και την ιδιωτικότητα στην ηλεκτρονική τραπεζική.

ηλεκτρονικής τραπεζικής:

- Το 20,2% των πολιτών είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό 38,8% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά το 59% των πολιτών/χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι από ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το 25,7% των χρηστών δηλώνει ουδέτερη άποψη (ούτε θετική, ούτε αρνητική).
- Το 15,3% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.



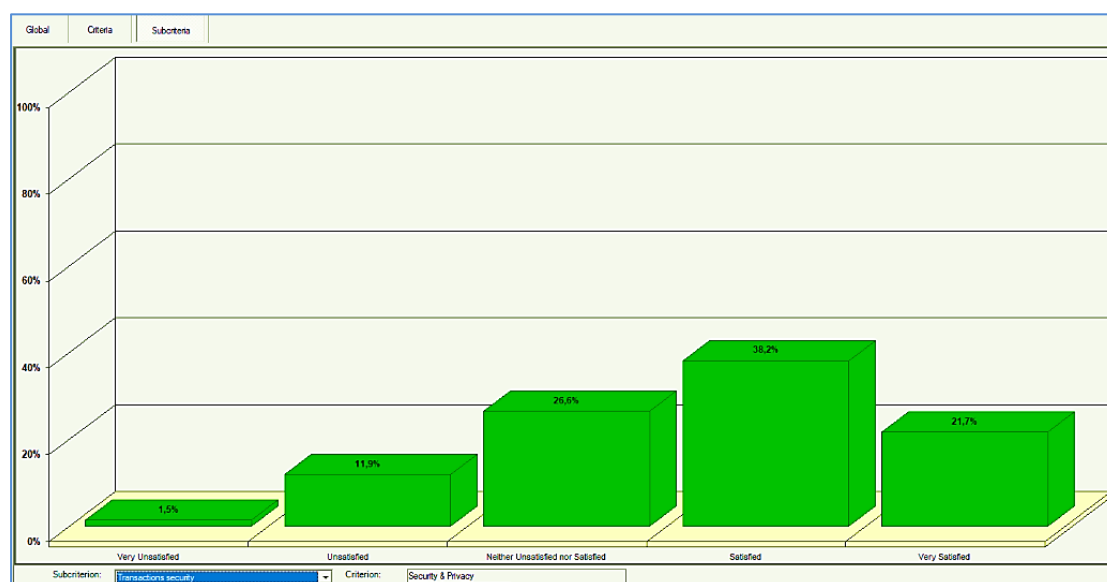
### 5.3.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ασφάλειας και την ιδιωτικότητας

Προκειμένου να παραμείνει απλή και προσιτή η έρευνα η μελέτη αυτής της πολύ σημαντικής πλευράς των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής περιορίστηκε στις ακόλουθες συνιστώσες (υποκριτήρια):

1. Ασφάλεια συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας (OTP, Viber/SMS ή push notification, i-code, κτλ ) στις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων.

#### 5.3.1.1. Ασφάλεια συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η ικανοποίηση των συμμετεχόντων στην έρευνα σχετικά με την ασφάλεια των συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής απεικονίζεται στο ραβδόγραμμα της Εικόνας



Εικόνα 14: Ραβδόγραμμα ικανοποίησης από την ασφάλεια συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

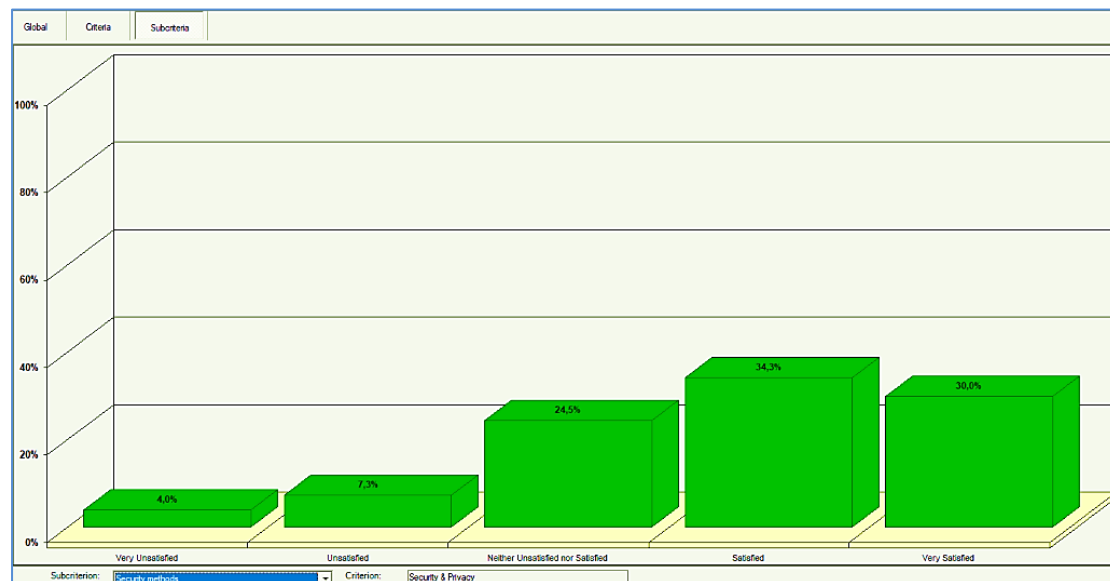
14, απ' όπου παρατηρούμε τα εξής:

- Το 21,7% είναι πολύ ικανοποιημένοι.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 38,2% είναι ικανοποιημένοι.
- Σχεδόν το 60% (59,9%) είναι από ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 26,6% έχει ουδέτερη άποψη, ούτε θετική, ούτε αρνητική.
- Το 13,4% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένοι.

#### 5.3.1.2. Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας στις συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.

Όσον αφορά στην επάρκεια των μεθόδων ασφάλειας (OTP, Viber/SMS ή push notification, i-code, κτλ ) στις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής τα αποτελέσματα

ικανοποίησης που δίνει η επεξεργασία με τη μέθοδο MUSA είναι τα εξής (Εικόνα 15):

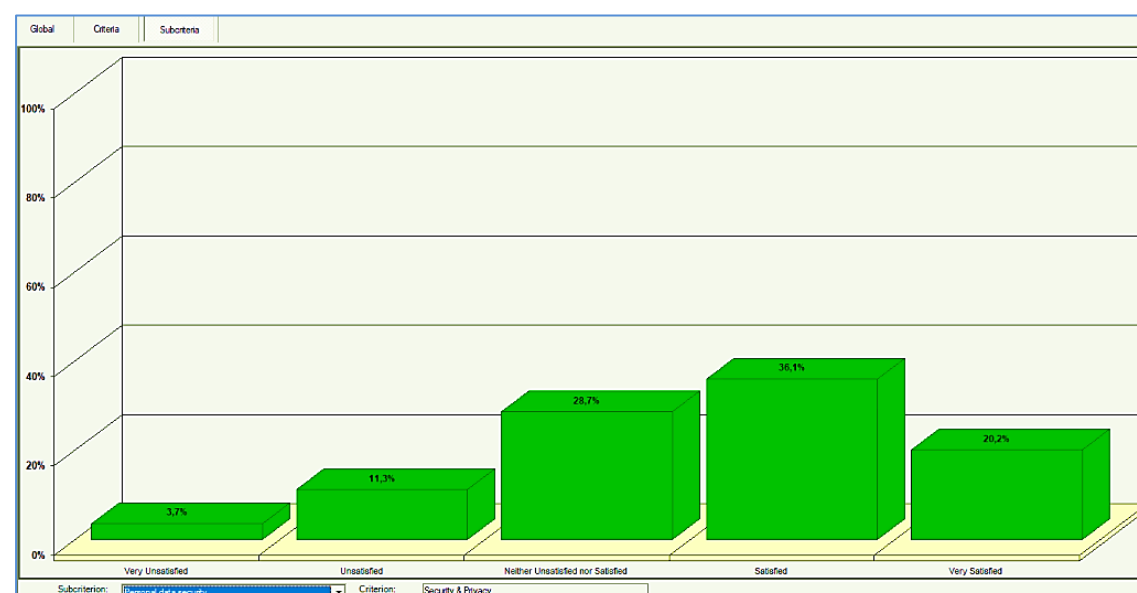


**Εικόνα 15:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης από τις μεθόδους ασφάλειας στις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής.

- Ένα σημαντικό ποσοστό, 30% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 34,3% είναι ικανοποιημένο.
- Συνολικά, το 64,3% είναι ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το ένα τέταρτο περίπου (24,5%) έχει ουδέτερη άποψη, ούτε θετική, ούτε αρνητική.
- Το 11,3% είναι από δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

### 5.3.1.3. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων

Όσον αφορά στην διασφάλιση των προσωπικών δεδομένων και των δεδομένων



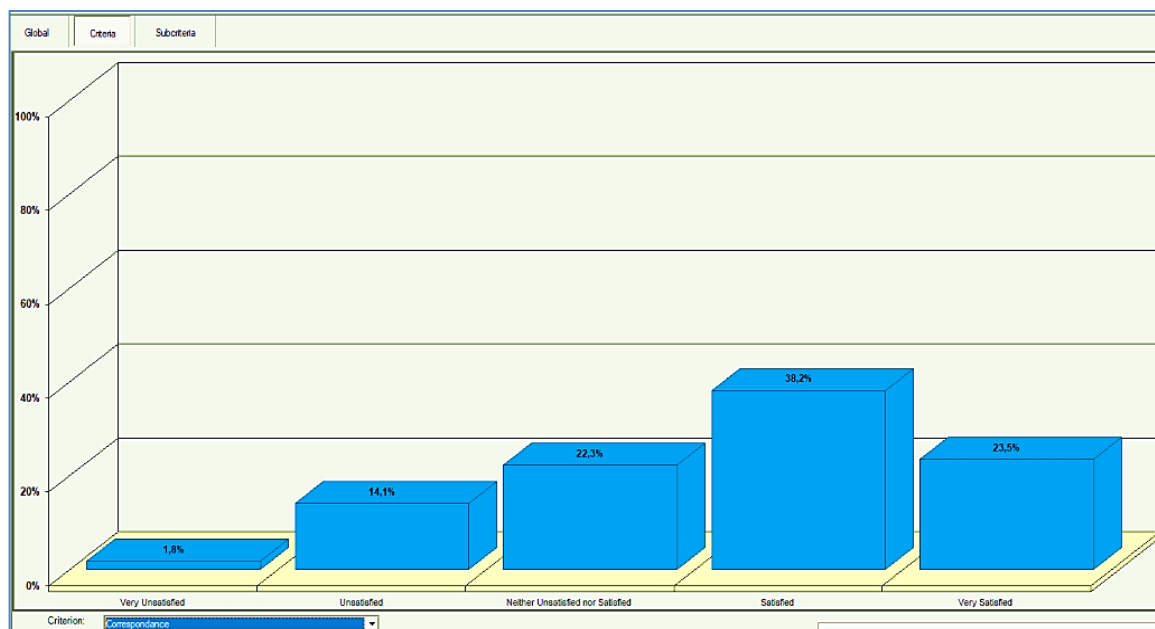
**Εικόνα 16:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης από την διασφάλιση προσωπικών δεδομένων.

ηλεκτρονικών λογαριασμών η έρευνα καταδεικνύει τα ακόλουθα (Εικόνα 16):

- Το 20,2% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό 36,1% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά λίγο πάνω απ' τους μισούς ερωτηθέντες (56,3%) είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 28,7% τάσσεται ουδέτερα.
- Το 15% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

#### 5.4. Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία

Η Εικόνα 17 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της επεξεργασίας των δεδομένων του δείγματος μας με την μέθοδο MUSA, όπου παρατηρούνται τα ακόλουθα:



**Εικόνα 17:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά το κριτήριο της ανταπόκρισης/διεπικοινωνίας στις πλατφόρμες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

- Ένα αξιοσημείωτο 23,5% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 38,2% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών, 61,7%, είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 22,3% δηλώνει ουδέτερη άποψη, ούτε ικανοποιημένη, αλλά ούτε και δυσαρεστημένη.
- Το 16% (15,9%) είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

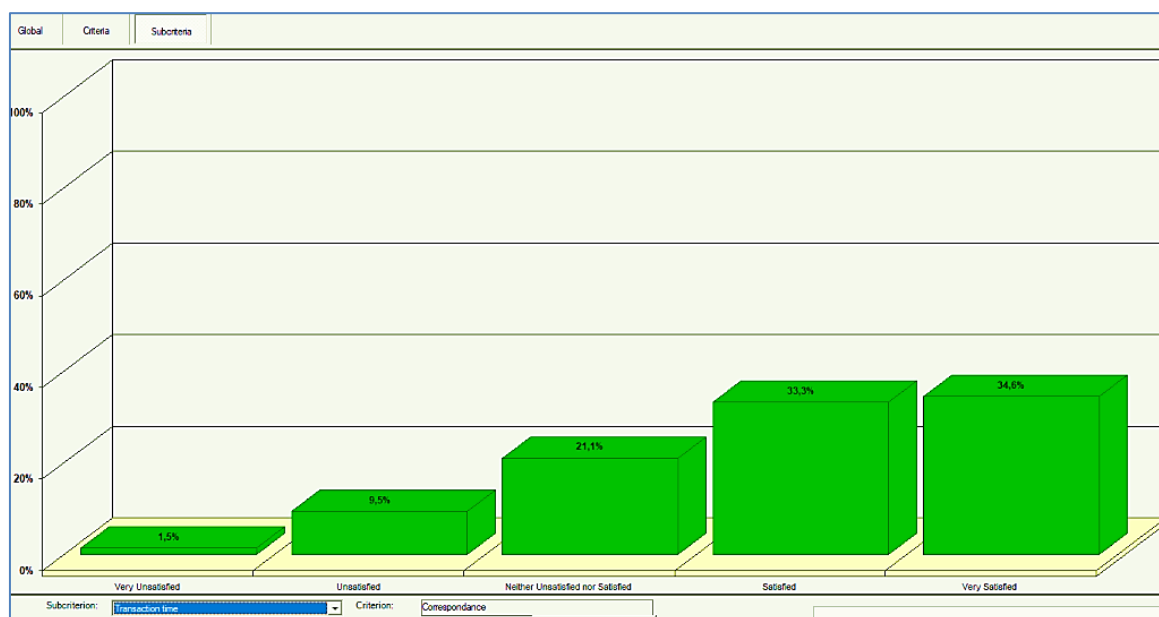
### 5.4.1. Ανάλυση υποκριτηρίων ανταπόκρισης – διεπικοινωνίας

Για την καλύτερη προσέγγιση του συγκεκριμένου κριτηρίου της ανταπόκρισης/διεπικοινωνίας των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής έγινε χρήση των ακόλουθων υποκριτηρίων:

1. Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής (υποβολής αιτήματος).
2. Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος.
3. Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία.

#### 5.4.1.1. Αμεσότητα διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής

Ο χρόνος που απαιτείται για την διεκπεραίωση μιας συναλλαγής, ή αλλιώς πόσο άμεσα ένας πολίτης θα βρει και ακολουθήσει τα κατάλληλα βήματα πλοήγησης προκειμένου να εξυπηρετηθεί, είναι μια σημαντική παράμετρος που χαρακτηρίζει μια διαδικτυακή πύλη όπως αυτές της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας (Εικόνα 18), για τους χρήστες σχετικών πυλών στην



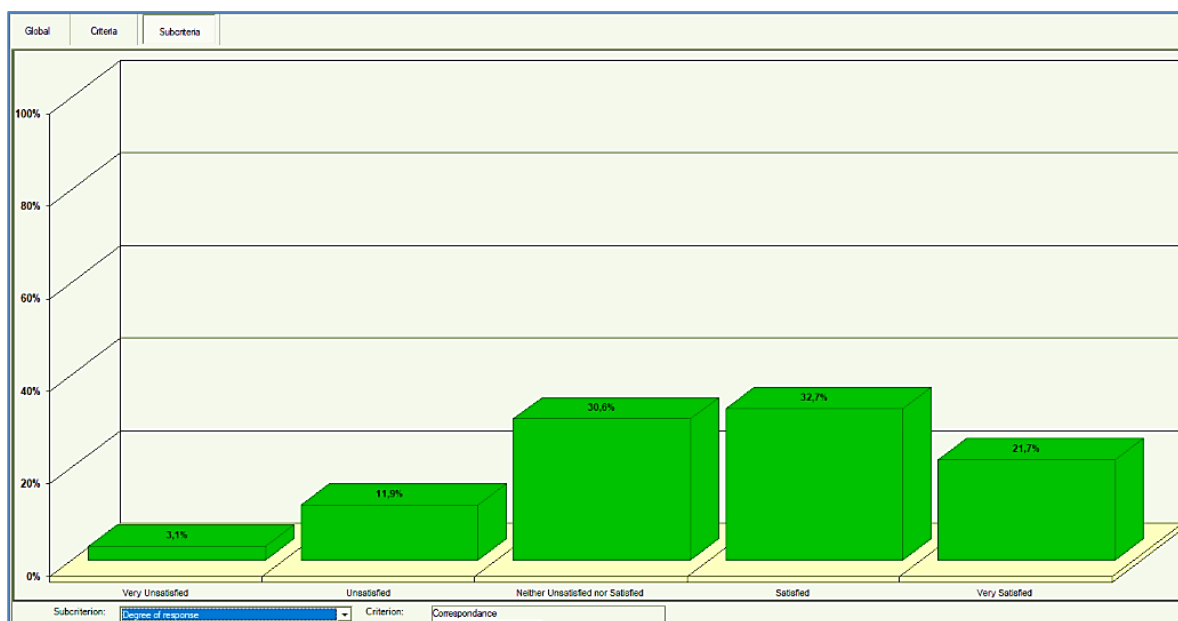
Εικόνα 18: Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά το χρόνος διεκπεραίωσης συναλλαγής.

Ελλάδα, ισχύει:

- Το μεγαλύτερο ποσοστό 34,6% των πολιτών είναι πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 33,3% είναι ικανοποιημένοι.
- Αθροιστικά το 67,9% των χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι από ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το 21,1% των χρηστών δηλώνει ουδέτερη άποψη (ούτε θετική, ούτε αρνητική).
- Το 11% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο

#### 5.4.1.2. Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος

Σχετικά με την αμεσότητα απόκρισης/απάντησης των συστημάτων ηλεκτρονικής



Εικόνα 19: Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά την αμεσότητα διεκπεραίωσης αιτήματος.

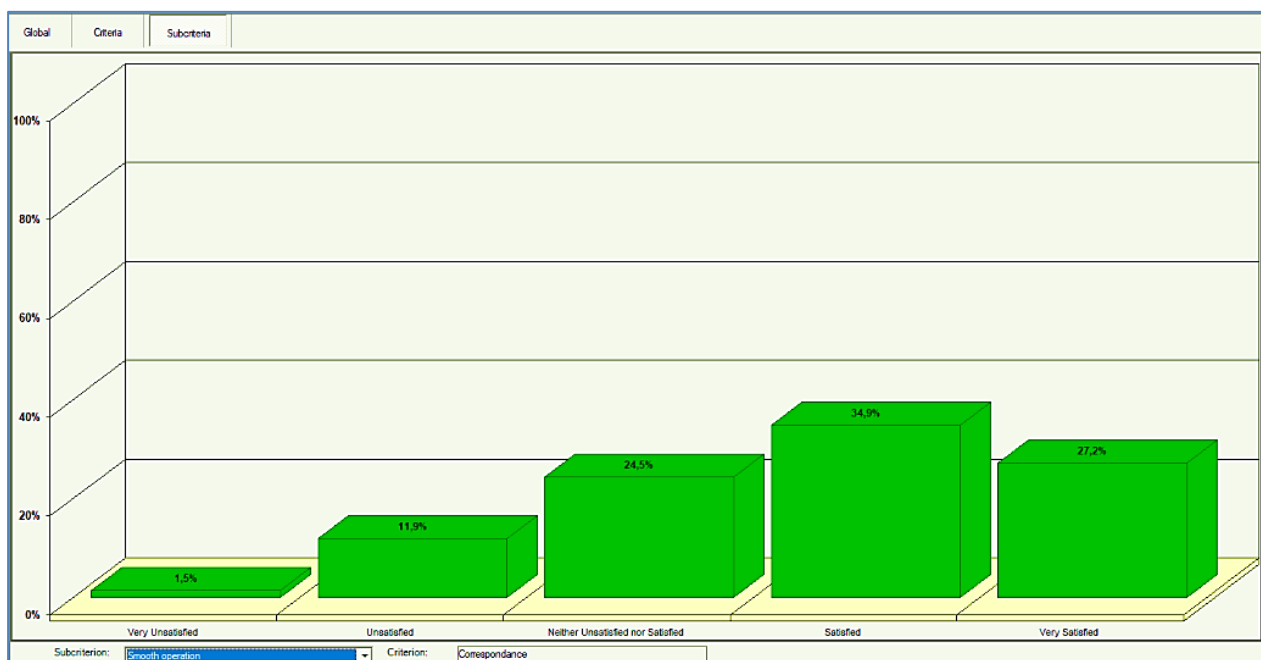
τραπεζικής η έρευνα καταλήγει στα εξής (Εικόνα 19):

- Το 21,7% των πολιτών είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 32,7% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά λίγο πάνω απ' τους μισούς (54,4%) χρήστες ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι από ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το 30,6% των χρηστών δηλώνει ουδέτερη άποψη (ούτε θετική, ούτε αρνητική).
- Το 15% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

#### 5.4.1.3. Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία

Η Εικόνα 20 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της επεξεργασίας των δεδομένων της έρευνας με την μέθοδο MUSA, οπτικοποιώντας την ικανοποίηση σχετικά με το πόσο απρόσκοπτα και αποδοτικά διεπικοινωνούν με το σύστημα οι χρήστες των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα:

- Το 27,2% των πολιτών είναι πολύ ικανοποιημένοι.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό 34,9% (περίπου) είναι ικανοποιημένοι.
- Αθροιστικά το 65,1% των πολιτών/χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι από ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο.
- Το 24,5% των χρηστών δηλώνει ουδέτερη άποψη (ούτε θετική, ούτε αρνητική).



**Εικόνα 20:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά το πόσο απρόσκοπτη είναι η διεπικοινωνία.

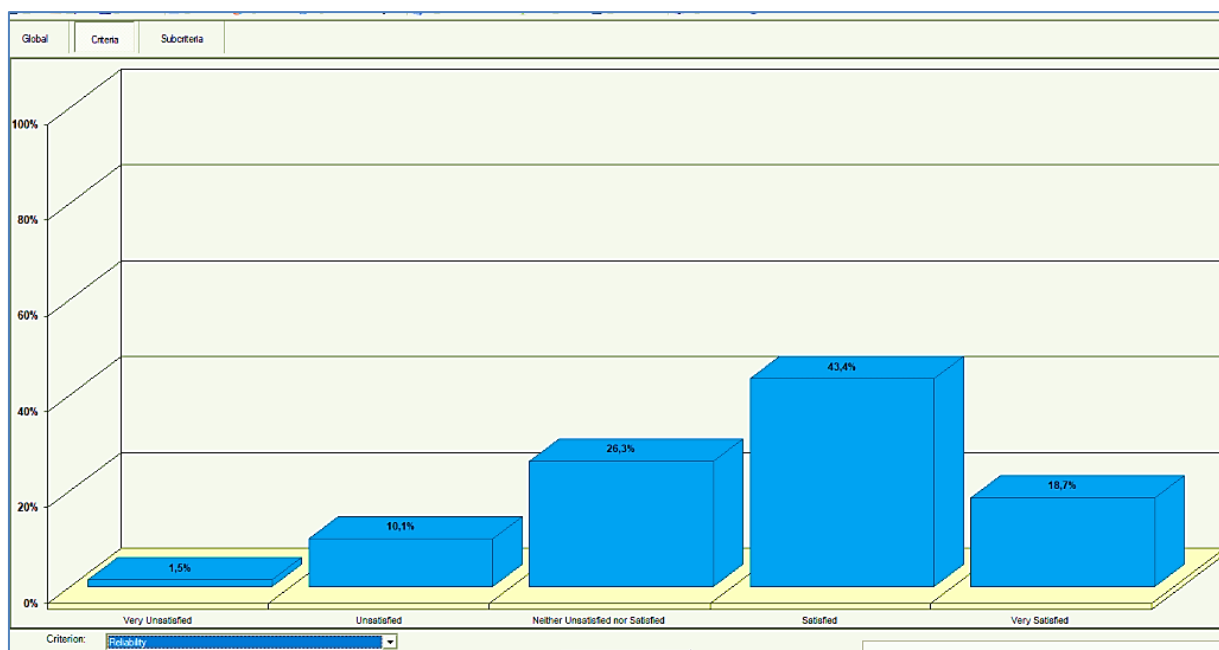
- Το 13,4% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο

## 5.5. Αξιοπιστία

Η Εικόνα 21 παρουσιάζει την συνολική αξιολόγηση των πολιτών/χρηστών της Αξιοπιστίας της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, όπου:

- Το 18,7% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το 43,4% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά περίπου δύο στους τρεις χρήστες (62,1%) είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 26,3% τάσσεται ουδέτερα.

- Το 11,6% είναι δυσαρεστημένο ή πολύ δυσαρεστημένο.



**Εικόνα 21:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά το κριτήριο της Αξιοπιστίας.

Στο πολύ σημαντικό κριτήριο της αξιοπιστίας παρατηρούμε ότι το 2/3 των χρηστών τάσσεται θετικά ως προς τα επίπεδα αξιοπιστίας των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, ενώ μόλις το 11,6% έχει αρνητική άποψη.

Η συνολική άποψη που έχουν οι ερωτηθέντες πολίτες όσον αφορά στην αξιοπιστία της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι αρκετά καλή.

#### **5.5.1. Ανάλυση υποκριτηρίων αξιοπιστίας**

Σε μια προσπάθεια να αναλυθεί το εν λόγω κριτήριο στις ελάχιστες επιμέρους συνιστώσες για την καλύτερη προσέγγιση του, διακρίθηκαν τα ακόλουθα υποκριτήρια:

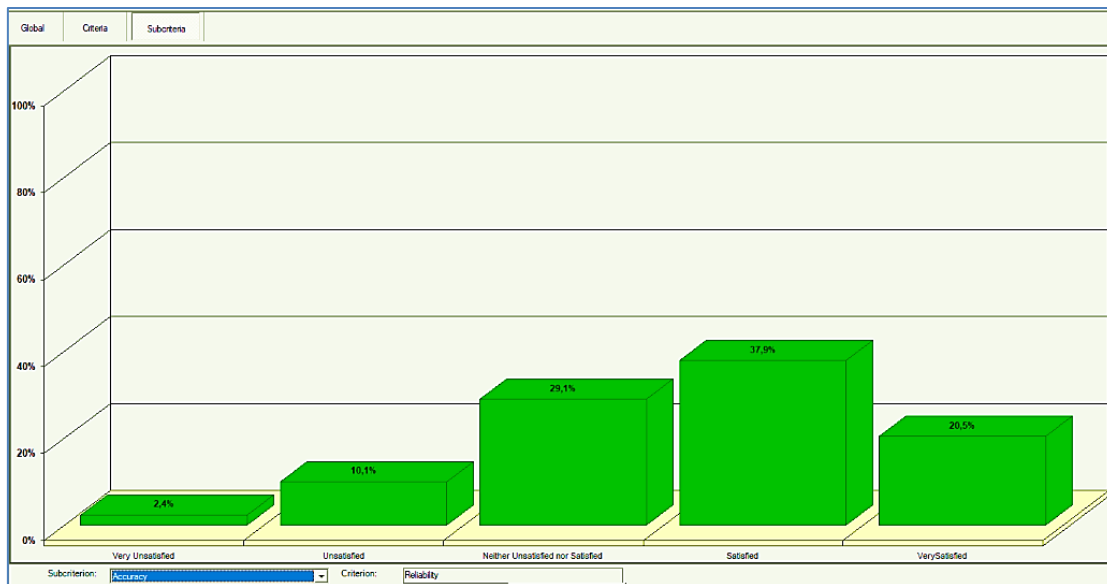
1. Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλετε μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

##### **5.5.1.1. Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλετε μέσω υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.**

Στην Εικόνα 22 παρουσιάζεται η άποψη του δείγματος σχετικά με το υποκριτήριο της αξιοπιστίας των συστημάτων ηλεκτρονικής, όπου καταγράφεται ότι:

- Το 20,5% είναι ικανοποιημένο.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 37,9% είναι πολύ ικανοποιημένοι.

- Συνολικά το 58,6% του δείγματος είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι πολίτες.
- Το 29,1% δεν είναι ούτε ικανοποιημένοι, ούτε δυσαρεστημένοι.
- Το είναι δυσαρεστημένοι.



**Εικόνα 22:** Ραβδόγραμμα ικανοποίησης σχετικά με την ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλλονται μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

- Το 12,5% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

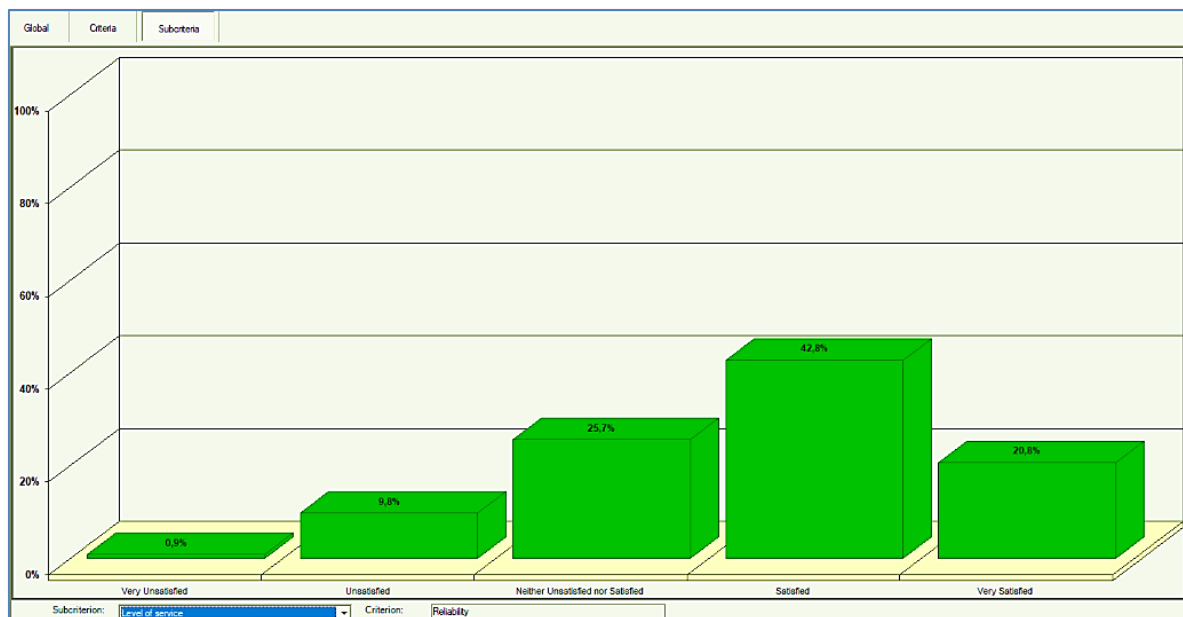
#### 5.5.1.2. *Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.*

Όσον αφορά τώρα το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής έχουμε τα εξής αποτελέσματα (Εικόνα 23):

- Το 20,8% είναι πολύ ικανοποιημένο.
- Το 42,8% είναι ικανοποιημένο.
- Αθροιστικά δύο στους τρεις πολίτες, 63,6%, είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι.
- Το 25,7% τάσσεται ουδέτερα.
- Το 29,1% είναι δυσαρεστημένο.
- Το 10,7% είναι πολύ δυσαρεστημένο.



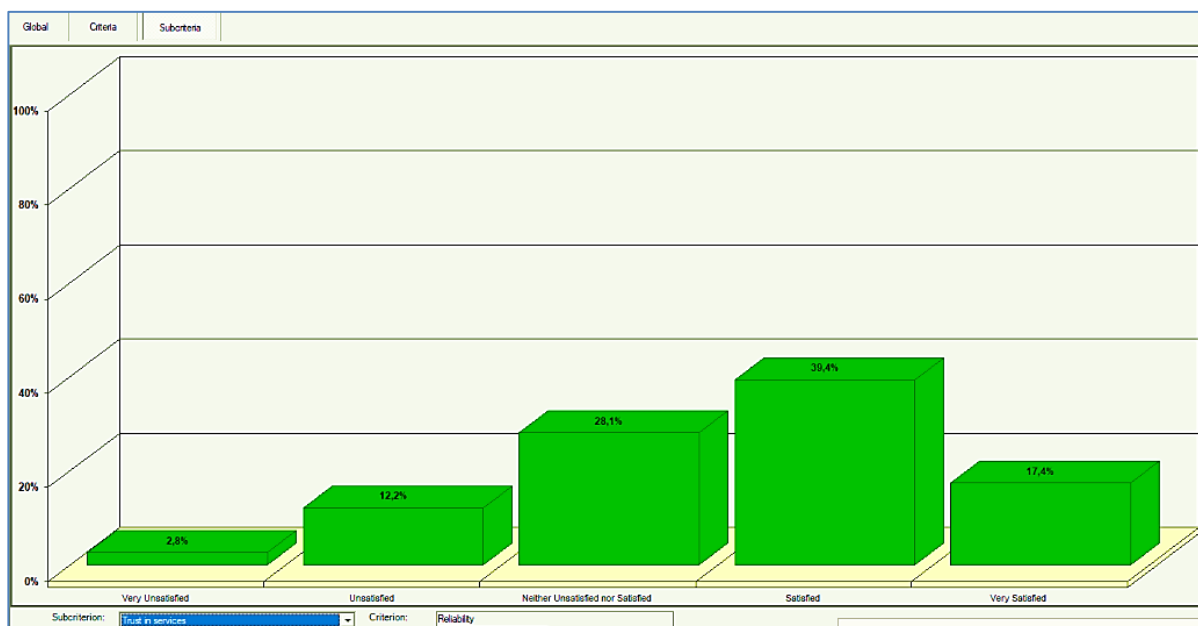
Όπως και στο προηγούμενο, έτσι και στο εν λόγω υποκριτήριο παρατηρούμε ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα είναι στην πλειοψηφία τους (63,6%) θετικοί ως προς το επίπεδο των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.



**Εικόνα 23:** Ραβδόγραμμα σχετικά με το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής .

#### 5.5.1.3. *Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής*

Στην Εικόνα 24 παρουσιάζεται η άποψη του δείγματος της έρευνας σχετικά με την εμπιστοσύνη που νιώθουν οι πολίτες/χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής



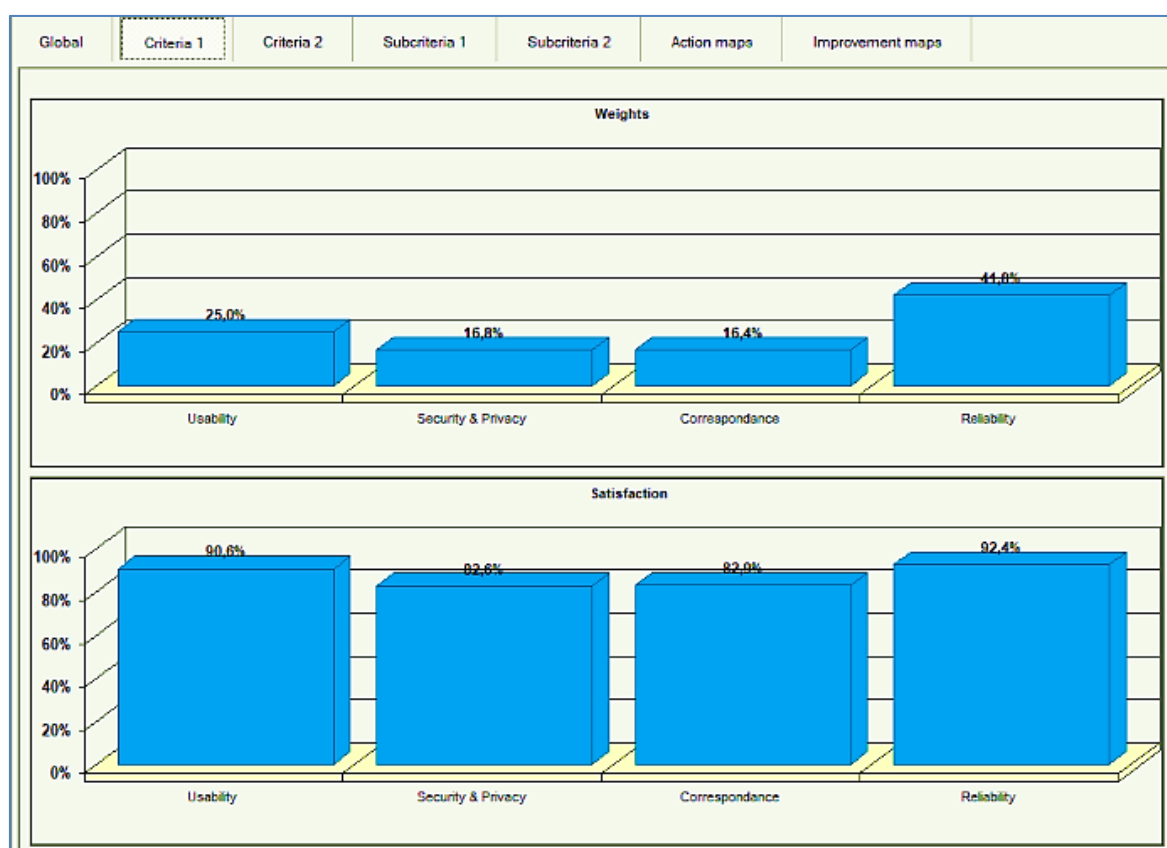
**Εικόνα 24:** Ραβδόγραμμα σχετικά με την εμπιστοσύνη που νιώθουν οι πολίτες/χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

τραπεζικής, όπου:

- Το 17,4 εμπιστεύεται πολύ τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό, 39,4% τις εμπιστεύεται.
- Αθροιστικά το 56,8% εμπιστεύεται έως εμπιστεύεται πολύ τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.
- Το 28,1% τάσσεται ουδέτερα.
- Το 15% έχει αρνητική έως πολύ αρνητική άποψη ως προς την εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

### 5.6. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης των κριτηρίων

Η Εικόνα 25 παρουσιάζει τα αποτελέσματα από την επεξεργασία των δεδομένων με την μέθοδο MUSA, όσον αφορά τα βάρη των κριτηρίων μας και τη μέση



Εικόνα 25: Ραβδογράμματα βαρών κριτηρίων και μέσης ικανοποίησης.

ικανοποίηση ανά κριτήριο.

Είναι φανερό ότι το κυρίαρχο κριτήριο είναι η Αξιοπιστία (41%) και ακολουθούν η Ευχρηστία (25%), η Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα (16,8%) και τέλος η Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία (16,4%).

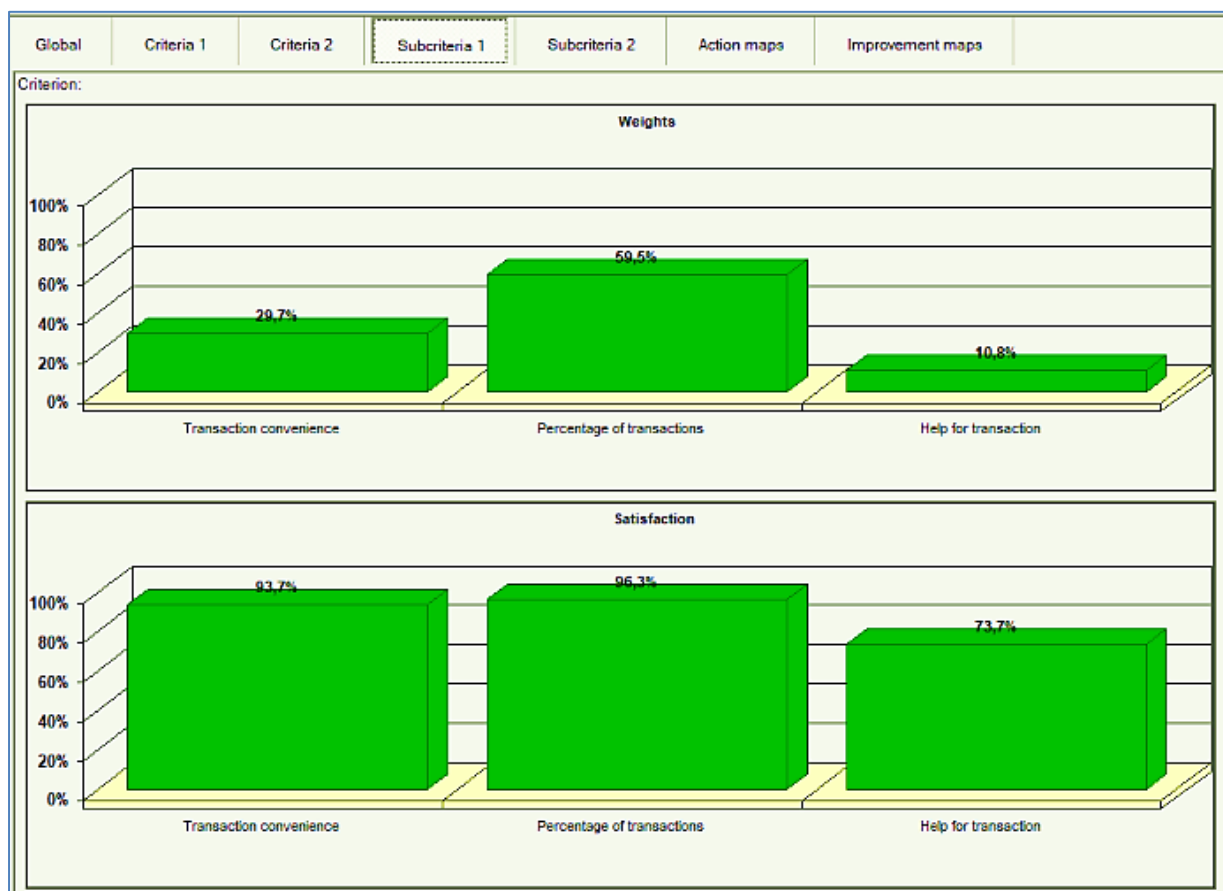
Οι δείκτες μέσης ικανοποίησης ακολουθούν σχεδόν την ίδια σειρά, αλλά παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά (Αξιοπιστία: 92,4%, Ευχρηστία: 90,6%, Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία: 82,9%, Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα: 82,6%).

### 5.6.1. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης υποκριτηρίων Ευχρηστίας

Όπως έχει αναφερθεί οι τρεις συνιστώσες (υποκριτήρια) της Ευχρηστίας είναι:

1. Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Ποσοστό των υπηρεσιών που μπορούν να διεκπεραιωθούν μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Ευκολία στο να βοηθηθεί ο χρήστης (όταν χρειάζεται) για την διεκπεραίωση της συναλλαγής του.

Τα βάρη των υποκριτηρίων της Ευχρηστίας, όπως και οι μέσοι δείκτες ικανοποίησης γι' αυτά παρουσιάζονται στην Εικόνα 26. Τα αποτελέσματα της μεθόδου MUSA δείχνουν ότι το δεύτερο υποκριτήριο (Ποσοστό των υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής) έχει το μεγαλύτερο βάρος (59,5%), ακολουθεί το πρώτο (Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγής) και τέλος το τρίτο (Ευκολία λήψης βοήθεια) με 10,8%.



Εικόνα 26: Ραβδογράμματα βαρών υποκριτηρίων και μέσης ικανοποίησης Ευχρηστίας.

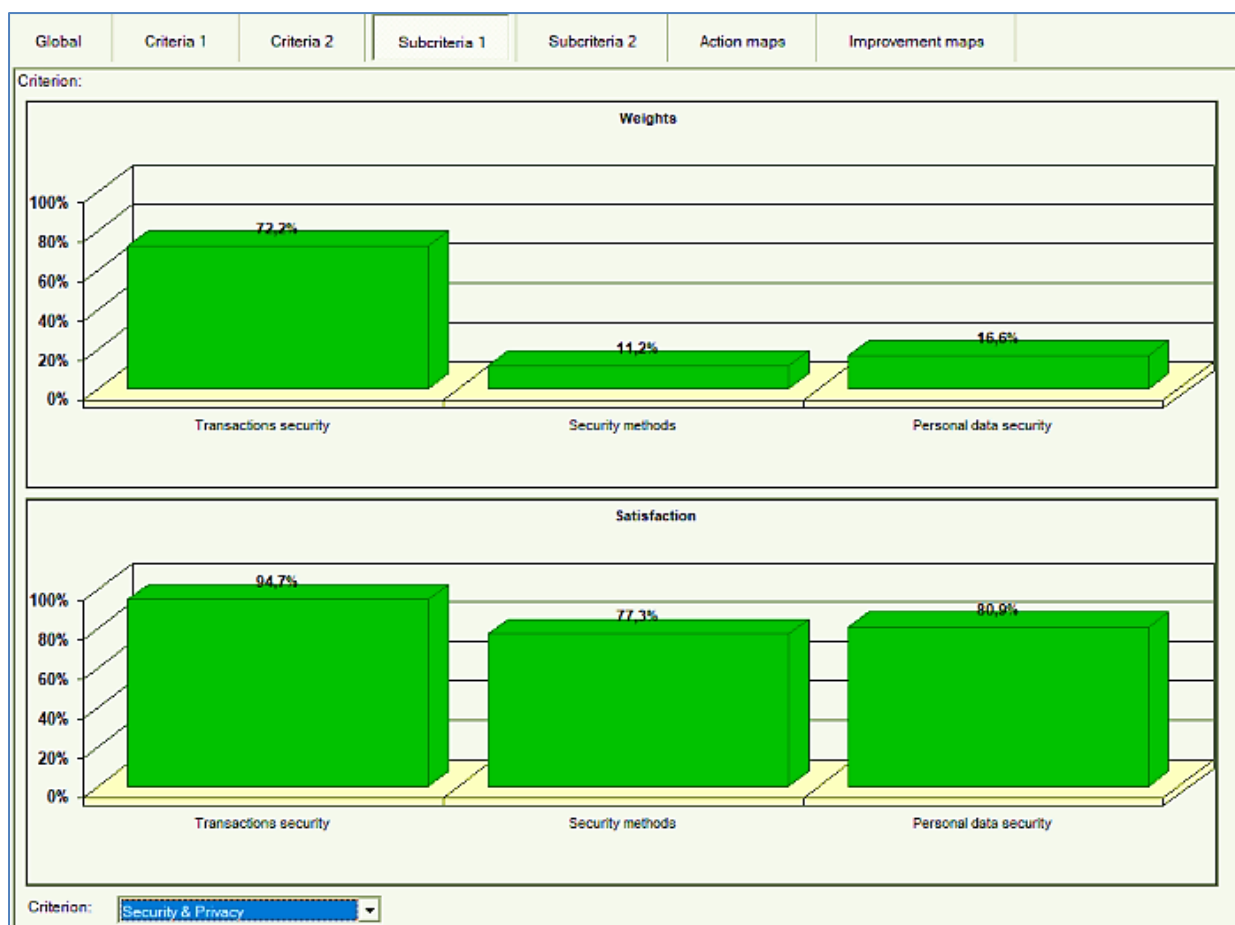
Όσον αφορά στη μέση ικανοποίηση η σειρά παραμένει η ίδια. Υψηλά ποσοστά ικανοποίησης παρουσιάζουν το ποσοστό των υπηρεσιών που μπορείτε να διεκπεραιώσετε μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής (96,3%) και η Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγής (93,7%). Τέλος το χαμηλότερο ποσοστό ικανοποίησης εμφανίζεται στην Ευκολία λήψης βοήθειας (73,7%).

### 5.6.2. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης υποκριτηρίων Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας

Τα τρία υποκριτήρια της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας είναι:

1. Ασφάλεια συναλλαγών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας (OTP, Viber/SMS ή push notification, i-code, κτλ ) στις συναλλαγές ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων.

Όπως παρουσιάζεται στα ραβδογράμματα της Εικόνας 27 η μεγαλύτερη βαρύτητα για το δείγμα μας (72,2%) δίνεται στο υποκριτήριο της ασφάλεια συναλλαγών, ενώ ακολουθούν η προστασία προσωπικών δεδομένων με 16,6% και τέλος η επάρκεια των μεθόδων ασφάλειας.



Εικόνα 27: Ραβδογράμματα βαρών υποκριτηρίων και μέσης ικανοποίησης Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας.

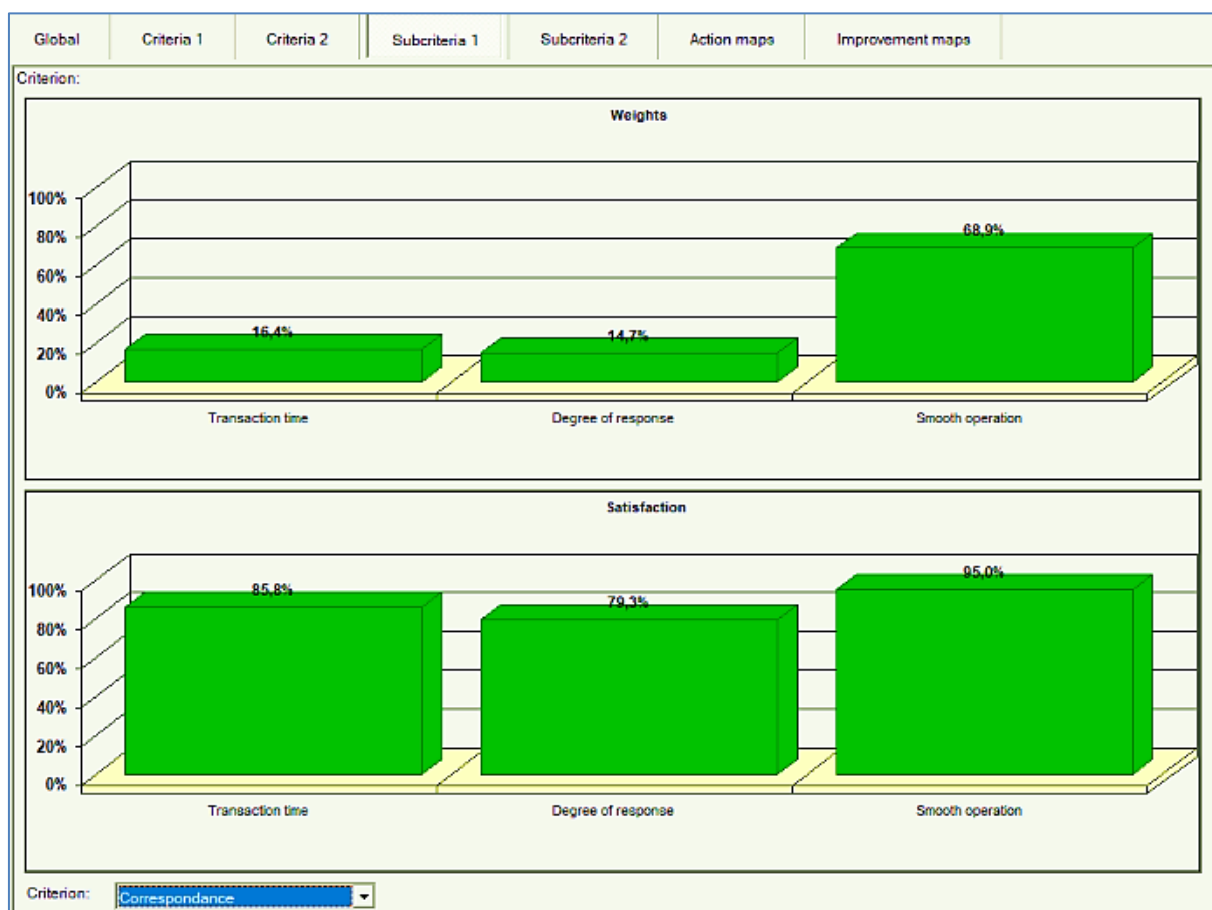
Οι δείκτες ικανοποίησης ακολουθούν την ίδια σειρά με την ασφάλεια των συναλλαγών να έχει υψηλό ποσοστό, 94,7% και την προστασία προσωπικών δεδομένων να παίρνει 80,9%. Ακολουθεί η επάρκεια των μεθόδων ασφάλειας με 77,3%.

### 5.6.3. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας

Τα υποκριτήρια που χρησιμοποιήθηκαν για την καλύτερη προσέγγιση της Ανταπόκρισης/διεπικοινωνίας των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής ήταν:

1. Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής (υποβολής αιτήματος).
2. Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος.
3. Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία.

Όπως γίνεται φανερό στην Εικόνα 28 η απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία έχει το μεγαλύτερο βάρος με 68,9%, ακολουθεί ο χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής με 16,4% και τέλος η αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος



Εικόνα 28: Ραβδογράμματα βαρών υποκριτηρίων και μέσης ικανοποίησης Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας.

με 14,7%.

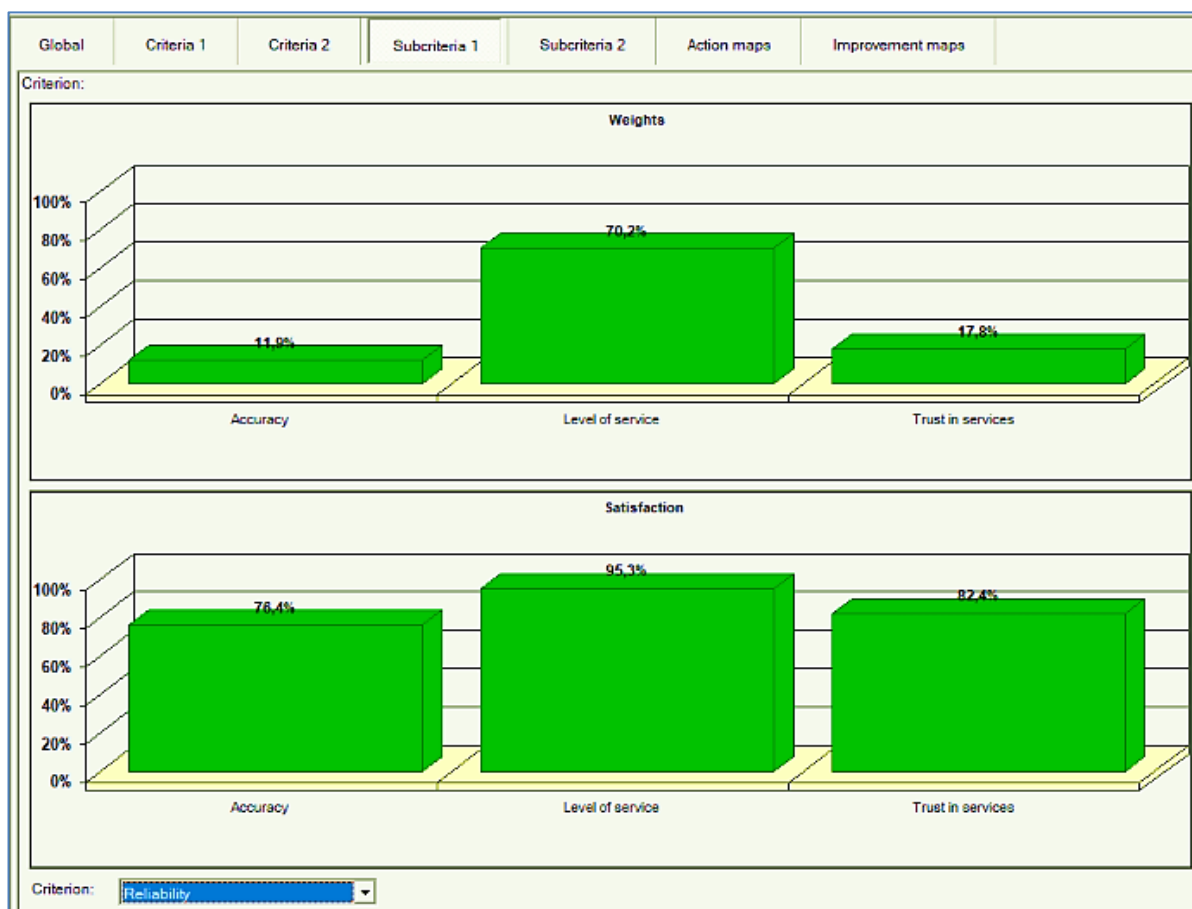
Με την ίδια σειρά, αλλά με υψηλά ποσοστά ικανοποίησης παρουσιάζονται και οι αντίστοιχοι δείκτες. Αρχικά η τρίτη συνιστώσα (υποκριτήριο), η απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία με υψηλό δείκτη ικανοποίησης 95% και στην συνέχεια ο χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής με 85,8% και τέλος ο αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος με 79,3%.

#### 5.6.4. Βάρη και μέσοι δείκτες ικανοποίησης Αξιοπιστίας

Όπως αναφέρθηκε οι βασικές συνιστώσες τις Αξιοπιστίας που επιλέχθηκαν για την επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας είναι:

1. Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλετε μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.
2. Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής.
3. Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Κυρίαρχο βάρος έχει το δεύτερο υποκριτήριο (Εικόνα 29), που αναφέρεται στο επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής (70,2%). Ακολουθεί η εμπιστοσύνη στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής με 17,8% και το μικρότερο βάρος έχει η ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που



Εικόνα 29: Ραβδογράμματα βαρών υποκριτηρίων και μέσης ικανοποίησης Αξιοπιστίας.

υποβάλλονται μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

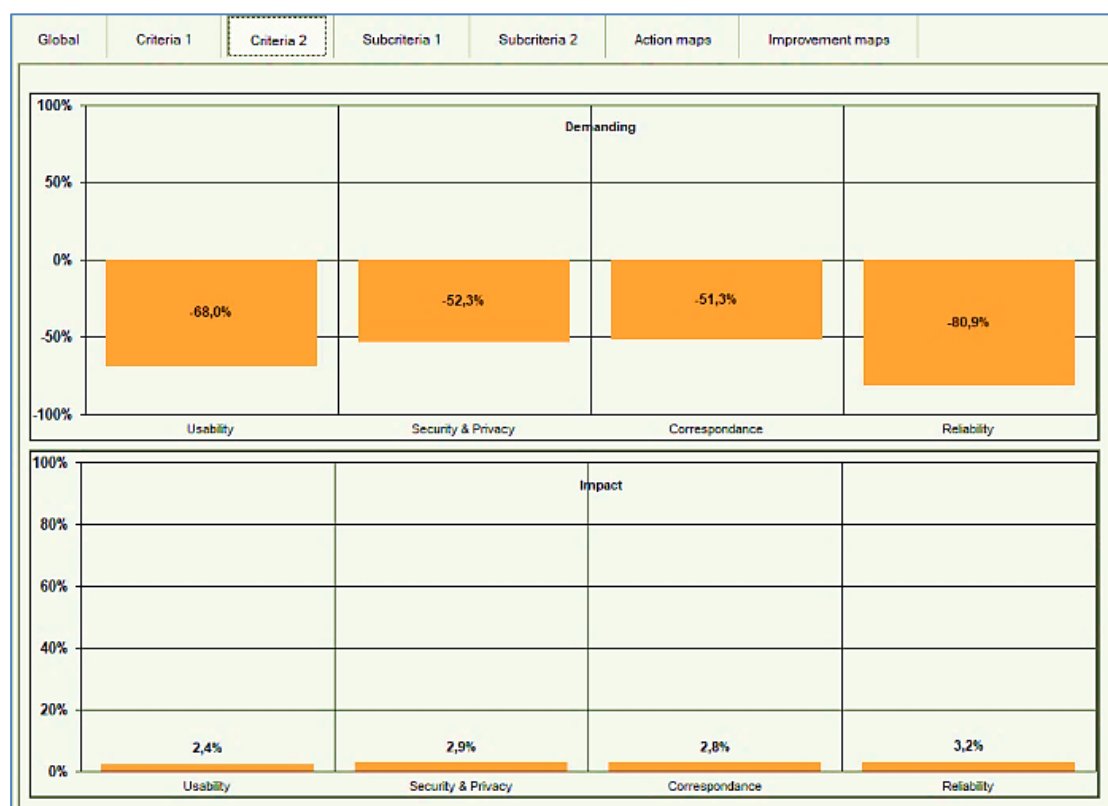
Σε πλήρη συμφωνία με τα βάρη, το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται, είναι το υποκριτήριο με το μεγαλύτερο και πολύ υψηλό δείκτη ικανοποίησης 95,3%. Ακολουθεί η εμπιστοσύνη στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής με επίσης υψηλό ποσοστό, 82,4% και τέλος η ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων που υποβάλλονται μέσω υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής με 76,4%.

## 5.7. Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα διαγράμματα συνολικής Απαιτητικότητας-Αποτελεσματικότητας για κάθε κριτήριο και ξεχωριστά για κάθε υποκριτήριο. Αυτά τα διαγράμματα αποτελούν απεικόνιση των διαστάσεων ικανοποίησης και θα χρησιμοποιηθούν για τον προσδιορισμό των προτεραιοτήτων βελτίωσης.

Οι δείκτες απαιτητικότητας εκφράζουν το μέγεθος της προσπάθειας που πρέπει να καταβληθεί για την βελτίωση κάποιου κριτηρίου, δεδομένου ότι όσο πιο απαιτητικοί είναι οι πολίτες/χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, τόσο περισσότερο πρέπει να βελτιωθεί το επίπεδο ικανοποίησης για να εκπληρωθούν οι προσδοκίες τους.

Η Εικόνα 30 κάνει φανερό ότι το δείγμα της έρευνας (νέοι, εργαζόμενοι, υψηλού επιπέδου μόρφωσης) δεν είναι απαιτητικό ως προς κανένα κριτήριο. Το μεγαλύτερο



Εικόνα 30: Διαγράμματα Απαίτησης – Αποτελεσματικότητας για τα κριτήρια της έρευνας.

ποσοστό απαιτητικότητας εμφανίζεται στην Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία με -51,3%

και ακολουθούν η Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα (-52,3%), η Ευχρηστία (-68%) και τέλος η Αξιοπιστία με 80,9%.

Η αποτελεσματικότητα και οι σχετικοί δείκτες ( $I$ ,  $I_i$ , Εξισώσεις 16) ορίζονται στο διάστημα  $[0,1]$  (στο διάγραμμα ως ποσοστά) και εκφράζουν τα περιθώρια βελτίωσης για κάθε κριτήριο, λαμβάνοντας υπόψη τη σπουδαιότητα του. Επίσης, εκφράζουν την ευαισθησία της ολικής συνάρτησης ικανοποίησης από την μεγιστοποίηση της ικανοποίησης κάποιου κριτηρίου. Δηλαδή, δείχνουν το πόσο θα μεταβληθεί ο δείκτης ολικής ικανοποίησης αν η ικανοποίηση κάποιου κριτηρίου μεγιστοποιηθεί. Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, το δείγμα μας παρουσιάζει χαμηλούς μέσους δείκτες αποτελεσματικότητας: Αξιοπιστία 3,2%, Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία 2,8%, Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα 2,9% και τέλος Ευχρηστία 2,4%.

### 5.7.1. Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ευχρηστίας

Στην Εικόνα 31 παρουσιάζονται οι δείκτες απαιτητικότητας για τις συνιστώσες της Ευχρηστίας. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα εμφανίζονται αρνητικά απαιτητικοί. Το υποκριτήριο της «Ευκολίας λήψης βοήθειας» έχει -25,8%. Όσον αφορά στα άλλα δύο υποκριτήρια πολίτες δεν είναι καθόλου απαιτητικοί και πιο συγκεκριμένα -86,6% απαιτητικότητα στην «Ποσοστό των υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής» και -73,1% για την «Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών».



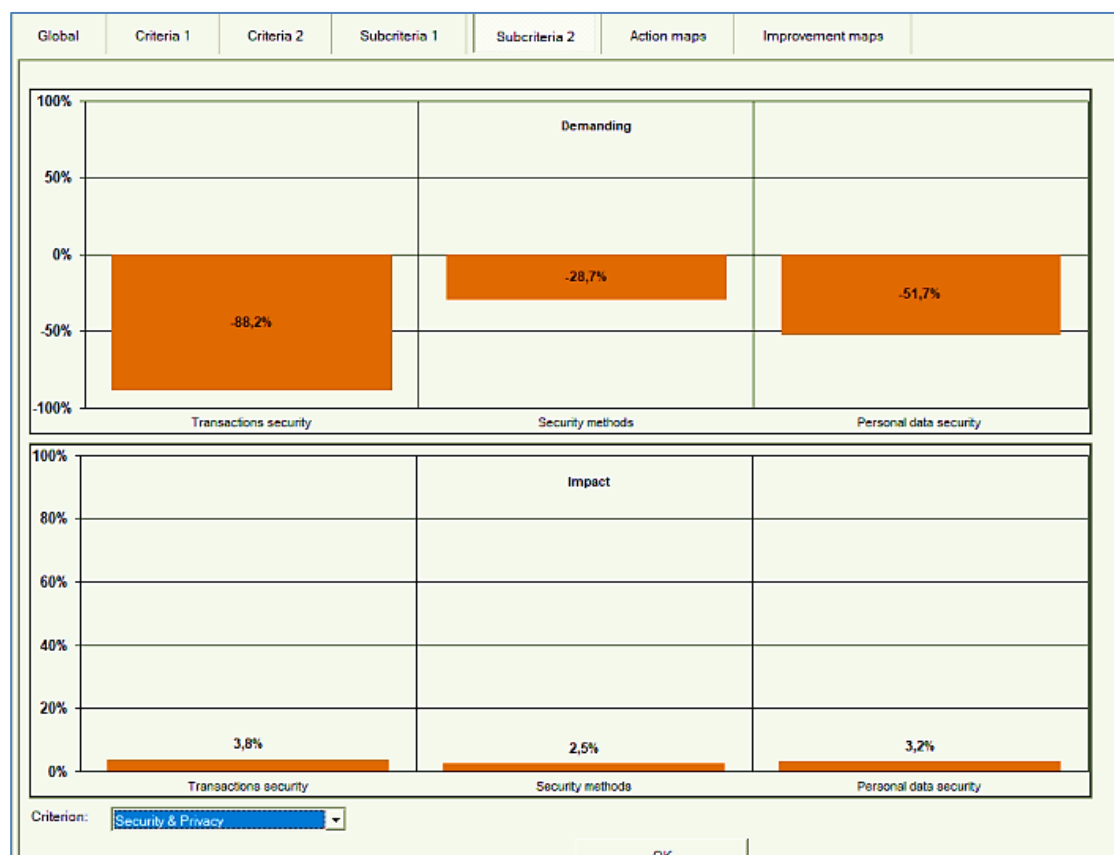
Εικόνα 31: Διαγράμματα Απαιτήσης – Αποτελεσματικότητας για το υποκριτήριο της Ευχρηστίας



Σχετικά με την αποτελεσματικότητα των πιθανών ενεργειών βελτίωσης παρατηρούμε χαμηλά ποσοστά για όλα τα υποκριτήρια και συγκεκριμένα η «Ευκολία λήψης βοήθειας» 2,8%, η «Ποσοστό των υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής» 2,2% και τέλος η «Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών» 1,9%.

### 5.7.2. Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας

Οι μερικοί δείκτες απαιτητικότητας και αποτελεσματικότητας για τα υποκριτήρια της «Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας» παρατίθενται στην Εικόνα 32, όπου παρατηρείται ότι οι πολίτες/χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής δεν είναι απαιτητικοί και για στα επιμέρους υποκριτήρια της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας. Η «Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας» με ποσοστό -28,7% είναι το πιο «απαιτητικό» υποκριτήριο. Ακολουθεί με -51,7% η «Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων» και τέλος πολύ χαμηλές απαιτήσεις όσον αφορά στην «Ασφάλεια συναλλαγών» (-88,2%).

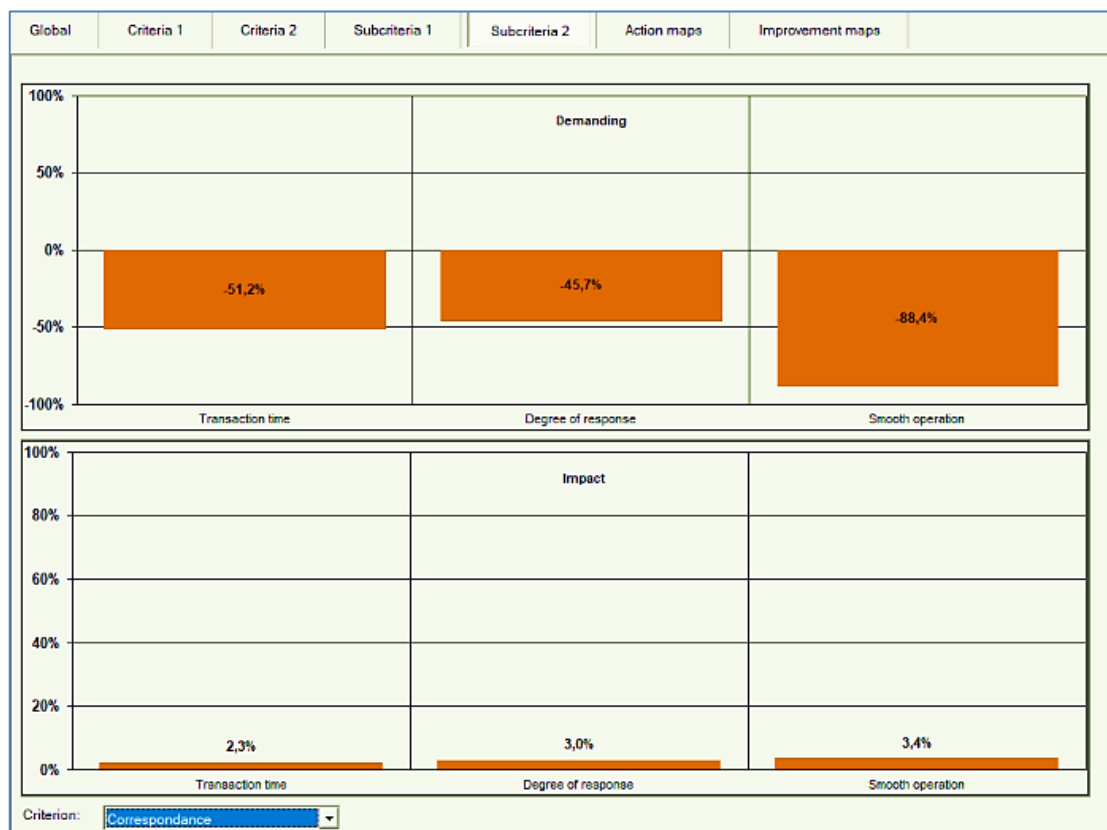


Εικόνα 32: Διαγράμματα Απαίτησης – Αποτελεσματικότητας για το υποκριτήρια της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας.

Η αποτελεσματικότητα σε πιθανές βελτιώσεις είναι 3,8% για την «Ασφάλεια συναλλαγών», 3,2% για την «Προστασία προσωπικών δεδομένων» και μόλις 2,5% «Επάρκεια μεθόδων ασφάλειας».

### 5.7.3. Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας

Όσον αφορά στους δείκτες απαιτητικότητας για τις συνιστώσες της «Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας» (Εικόνα 33) και εδώ οι ερωτηθέντες εμφανίζονται χωρίς απαιτήσεις (αρνητική απαιτητικότητα). Συγκεκριμένα το υποκριτήριο της



**Εικόνα 33:** Διαγράμματα Απαιτήσης – Αποτελεσματικότητας για τα υποκριτήρια της Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας.

«Αμεσότητα διεκπεραίωσης αιτήματος» σημειώνει -45,7% και ακολουθεί αυτό του «Χρόνου διεκπεραίωσης συναλλαγής» με -51,2%. Τέλος, οι πολίτες/χρήστες της ηλεκτρονικής τραπεζικής εμφανίζονται πολύ λίγο απαιτητικοί με -88,4% όσον αφορά στην «Απρόσκοπτη λειτουργία» των συστημάτων.

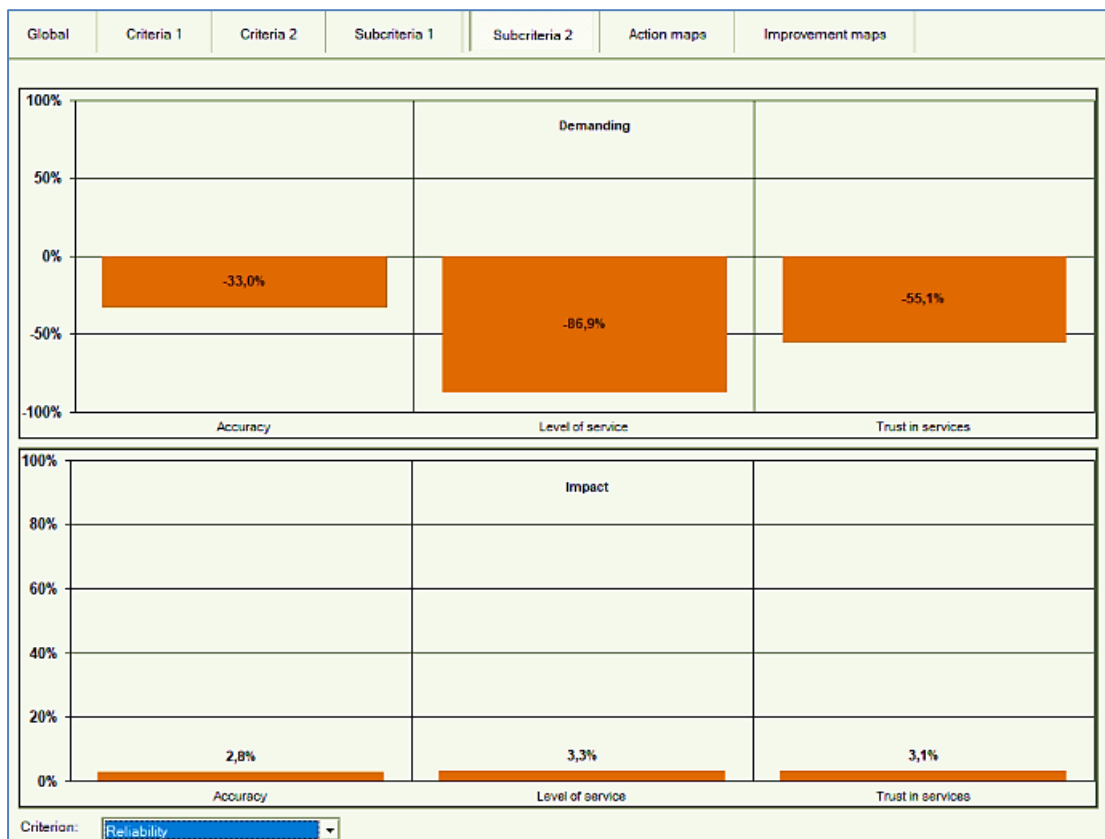
Τα περιθώρια βελτίωσης που υπάρχουν, καθώς και η σημαντικότητα που δίνουν οι ερωτηθέντες στα υποκριτήρια της Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας είναι γενικά χαμηλά.

Η «Απρόσκοπτη λειτουργία» είναι η πιο επιδραστική συνιστώσα με μόλις 3,4% και ακολουθούν η «Αμεσότητα διεκπεραίωσης αιτήματος» με 3% και τέλος ο «Χρόνος διεκπεραίωσης συναλλαγής» 2,3%.

#### 5.7.4. Διαγράμματα Απαιτητικότητας – Αποτελεσματικότητας υποκριτηρίων Αξιοπιστίας

Όπως παρατηρούμε στην Εικόνα 34 και για τα υποκριτήρια της Αξιοπιστίας οι δείκτες απαιτητικότητας είναι αρνητικοί, δηλαδή και για τις επιμέρους συνιστώσες της Αξιοπιστίας το δείγμα μας παρουσιάζεται χωρίς απαιτήσεις. Οι πολίτες, δηλαδή εμφανίζουν το πιο «υψηλό» ποσοστό απαιτητικότητας, για την «Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων», -33% και στη συνέχεια για την «Εμπιστοσύνη», που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, -55,1%. Τέλος, καθόλου απαιτητικοί όσον αφορά «Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται» με -86,9%.

Πολύ χαμηλά παραμένουν και εδώ τα ποσοστά αποτελεσματικότητας σε πιθανές ενέργειες βελτίωσης. Συγκεκριμένα μόλις 3,3% είναι το ποσοστό αποτελεσματικότητας σε βελτίωση του «Επίπεδου υπηρεσιών που παρέχονται».



Εικόνα 34: Διαγράμματα Απαίτησης – Αποτελεσματικότητας για τα υποκριτήρια της Αξιοπιστίας.

Ακολουθώς 3,1% το ποσοστό αποτελεσματικότητας για το υποκριτήριο της «Εμπιστοσύνης», ενώ για την «Ακρίβεια στην ικανοποίηση των αιτημάτων» 2,8%.

#### 5.8. Διαγράμματα δράσης

Τα διαγράμματα αυτά βασίζονται στη σύνθεση των βαρών των κριτηρίων ικανοποίησης με τους μέσους δείκτες ικανοποίησης και μπορούν να προσδιορίσουν ποια είναι τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία της ικανοποίησης των πελατών, καθώς και το πού πρέπει να στραφούν οι προσπάθειες βελτίωσης.

Τα διαγράμματα αυτά είναι ουσιαστικά χάρτες απόδοσης-σημαντικότητας (performance-importance maps), ενώ αναφέρονται συχνά και ως στρατηγικοί χάρτες (strategic maps), χάρτες απόφασης (decision maps) ή αντιληπτικοί χάρτες (perceptual maps) στη διεθνή βιβλιογραφία (Motorola, 1995, Dutka, 1995, Naumann and Giel, 1995).

Όπως έχει αναλυθεί στην ενότητα 3.4 (3.4.3), καθένας από τους χάρτες αυτούς χωρίζεται σε τεταρτημόρια, ανάλογα με την απόδοση (υψηλό/χαμηλό) και τη σημασία (υψηλό/χαμηλό) και μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την ταξινόμηση ενεργειών (Εικόνα 4).

Στην Εικόνα 35 παρουσιάζεται το προτεινόμενο, από την μέθοδο MUSA, διάγραμμα ενεργειών μετά την επεξεργασία των δεδομένων της έρευνας μας. Επιχειρώντας να αναλύσουμε τις πληροφορίες που μας δίνει το σχετικό διάγραμμα γίνονται οι ακόλουθες παρατηρήσεις:



**Εικόνα 35:** Συνολικό διάγραμμα δράσης για τα κριτήρια της έρευνας.

- Στην πρώτη περιοχή, «Ευκαιρία δράσης» (χαμηλή απόδοση/υψηλή σημαντικότητα) με τα κριτήρια που είναι σημαντικά για τους πολίτες και πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην αναβάθμισή τους, δεδομένου ότι η απόδοσή τους είναι χαμηλή, δεν έχουμε κανένα κριτήριο.
- Στην περιοχή δεύτερης προτεραιότητας «Ευκαιρία μόχλευσης» (υψηλή απόδοση/υψηλή σημαντικότητα) έχουμε την Αξιοπιστία, η οποία φαίνεται να

διακρίνεται ως σημαντικό κριτήριο με περιθώριο να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα για την ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα.

- Στην περιοχή τρίτης προτεραιότητας «Status Quo» (χαμηλή απόδοση/ χαμηλή σημαντικότητα) βρίσκουμε τα κριτήρια της Ανταπόκρισης/ Διεπικοινωνίας και της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας. Αυτά τα κριτήρια δεν είναι σαφές πόσο επηρεάζουν την ηλεκτρονική τραπεζική τη στιγμή της ανάλυσης, μπορεί όμως να είναι σημαντικά στο μέλλον κι αυτό θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη.
- Οριακά μεταξύ της περιοχής «Ευκαιρία μόχλευσης» και της περιοχής τελευταίας προτεραιότητας βελτίωσης, «Μεταφορά πόρων» (υψηλής απόδοση/ χαμηλής σημαντικότητα) βρίσκεται το κριτήριο της Ευχρηστίας. Αυτό το κριτήριο είναι πολύ πιθανό ότι επηρεάζει την συνολική εικόνα της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αν και οριακά βρίσκεται στην περιοχή τελευταίας προτεραιότητας, δεδομένου ότι πρόκειται για το κριτήριο το οποίο περιγράφει την γενικότερη ευχέρεια (άνεση) χρήσης των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, θα πρέπει να χαίρει προσοχής.

Η μέθοδος MUSA προτείνει και πιο στοχευμένες ενέργειες βελτίωσης μέσω σχετικών διαγραμμάτων δράσης για κάθε υποκριτηρίου κριτηρίου. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αντίστοιχα διαγράμματα δράσης ανά κριτήριο ικανοποίησης της έρευνας για την ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα.

### 5.8.1. Διάγραμμα δράσης για την Ευχρηστία

Για τα υποκριτήρια της Ευχρηστίας, όπως γίνεται φανερό στην Εικόνα 36:



Εικόνα 36: Διάγραμμα δράσης για το κριτήριο της Ευχρηστίας.

- Δεν έχουμε κανένα στην περιοχή πρώτης προτεραιότητας («Ευκαιρία δράσης»)
- Το υποκριτήριο «Ποσοστό υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής» τοποθετείται στην περιοχή δεύτερης προτεραιότητας «Ευκαιρία μόχλευσης» και θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στα σχέδια βελτίωσης.
- Η «Ευκολία στην λήψη βοήθειας για την διεκπεραίωση συναλλαγής» βρίσκεται στο τρίτο τεταρτημόριο «Status Quo», όπου τόσο η απόδοση όσο και η σημαντικότητα βρίσκονται χαμηλά, σύμφωνα με τις προτιμήσεις του δείγματος.
- Το υποκριτήριο «Ευκολία διεκπεραίωσης της επιθυμητής συναλλαγής» βρίσκεται στην περιοχή τελευταίας προτεραιότητας «Μεταφορά πόρων» (υψηλή απόδοση/ χαμηλή σημαντικότητα).

### 5.8.2. Διάγραμμα δράσης για την Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα

Όσον αφορά στο κριτήριο της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας στην Εικόνα 37 φαίνεται:



Εικόνα 37: Διάγραμμα δράσης για το κριτήριο της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας.

- Κανένα υποκριτήριο της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας δεν βρίσκεται στην περιοχή πρώτης προτεραιότητας για βελτίωση προκειμένου να επηρεάσει ουσιαστικά την ικανοποίηση των πολιτών/χρηστών.
- Η «Ασφάλεια των συναλλαγών» βρίσκεται στην περιοχή «Ευκαιρίας μόχλευσης», δηλαδή είναι το υποκριτήριο με την υψηλότερη προτεραιότητα συγκριτικά με τα υπόλοιπα της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας. Το εν λόγω υποκριτήριο παρουσιάζει υψηλή απόδοση και υψηλή σημαντικότητα.
- Το υποκριτήριο της «Ασφάλειας προσωπικών δεδομένων» και αυτό των «Μεθόδων ασφάλειας» τοποθετούνται στην περιοχή «Status Quo» χαμηλά σε σημαντικότητα και υψηλά απόδοση.
- Στην περιοχή «Μεταφοράς πόρων» (υψηλή απόδοση και χαμηλή σημαντικότητα) δεν συναντάμε κανένα υποκριτήριο.

### 5.8.3. Διάγραμμα δράσης για την Ανταπόκριση - Διεπικοινωνία στις πύλες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Τα υποκριτήρια της «Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας» κατανέμονται στο διάγραμμα δράσης της Εικόνας 45:



Εικόνα 38: Διάγραμμα δράσης για το κριτήριο της Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας.

- Στην περιοχή «Ευκαιρία δράσης» (πρώτη προτεραιότητα) δεν εμφανίζεται κανένα υποκριτήριο.
- Η «Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία» είναι δεύτερης προτεραιότητας, ως «Ευκαιρία μόχλευσης» με υψηλή σημαντικότητα και απόδοση.
- Ο «Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής» και η «Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος» παρουσιάζονται στην περιοχή ισχύουσας κατάστασης («Status Quo», χαμηλή απόδοση/χαμηλή σημαντικότητα).
- Τέλος στην περιοχή «Μεταφοράς πόρων» δεν συναντάμε κανένα υποκριτήριο.

#### 5.8.4. Διάγραμμα δράσης για την Αξιοπιστία

Στην Εικόνα 39 παρατίθεται το διάγραμμα δράσης για την Αξιοπιστία:



Εικόνα 39: Διάγραμμα δράσης για το κριτήριο της Αξιοπιστίας



- Σε πρώτη προτεραιότητα για την Αξιοπιστία, στην περιοχή «Ευκαιρία δράσης» δεν απαντώνται υποκριτήρια.
- Το «Επίπεδο των υπηρεσιών» αποτελεί υποκριτήριο της δεύτερης περιοχής προτεραιότητας, δηλαδή «Ευκαιρία μόχλευσης».
- Στην περιοχή ισχύουσας κατάστασης («Status Quo», χαμηλή απόδοση/χαμηλή σημαντικότητα) παρουσιάζονται η «Ακρίβεια διεκπεραίωσης» και η «Εμπιστοσύνη» των συναλλαγών.

## 5.9. Διαγράμματα βελτίωσης

Όπως έχει αναφερθεί στην παράγραφο 3.4 (3.4.4), τα διαγράμματα δράσης αφενός μπορούν να υποδείξουν τις διαστάσεις ικανοποίησης (κριτήρια) που πρέπει να βελτιωθούν, αφετέρου όμως δεν μπορούν να προσδιορίσουν το αποτέλεσμα των ενεργειών βελτίωσης ούτε το μέγεθος της προσπάθειας που χρειάζεται για να επιτευχθεί η προσδοκώμενη βελτίωση. Η μέθοδος MUSA αντιπαρέρχεται αυτό το πρόβλημα, με την δημιουργία των διαγραμμάτων βελτίωσης (Εικόνα 5).



Εικόνα 40: Διάγραμμα βελτίωσης για τα κριτήρια της έρευνας.

Στην Εικόνα 40 παρουσιάζεται το διάγραμμα βελτίωσης για τα κριτήρια της έρευνας ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής, όπου διαπιστώνεται ότι σχεδόν στο σύνολο τους (τρία στα τέσσερα) τα κριτήρια είναι σε δεύτερη προτεραιότητα βελτίωσης (Εικόνα 6). Ισχύει δηλαδή ότι τόσο η «Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα», όσο και η «Ανταπόκριση/Διεπικοινωνία» και η «Ευχρηστία» χρήζουν ενεργειών βελτίωσης, καθώς αυτές οι διαστάσεις απαιτούν μικρή

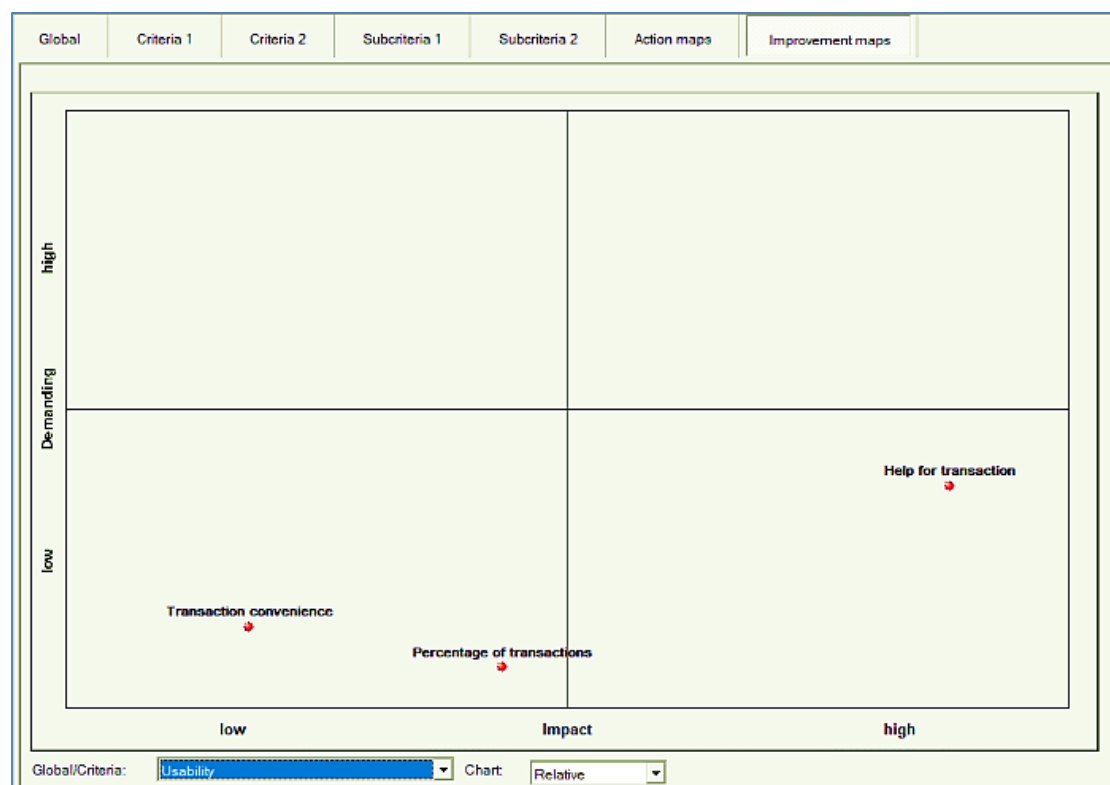
προσπάθεια για την επίτευξη αποτελέσματος βελτίωσης του βαθμού ικανοποίησης των χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Η «Αξιοπιστία» κατατάσσεται σε πρώτο επίπεδο προτεραιότητας καθώς με μικρή προσπάθεια (η απαιτητικότητα είναι χαμηλή) μπορεί να επιτευχθεί ουσιαστική βελτίωση αποτελεσματικότητας.

Όπως και τα προηγούμενα (διαγράμματα δράσης), τα διαγράμματα βελτίωσης χωρίζονται σε απόλυτα και σχετικά. Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα σχετικά διαγράμματα βελτίωσης για κάθε υποκριτήριο κριτηρίου.

### 5.9.1. Διάγραμμα βελτίωσης Ευχρηστίας

Όσον αφορά το διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ευχρηστίας παρατηρούνται τα εξής (Εικόνα 41):



Εικόνα 41: Διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ευχρηστίας

- Το υποκριτήριο της «Ευκολίας στη λήψη βοήθειας για την διεκπεραίωση συναλλαγής» κατατάσσεται σε άμεση (πρώτη) προτεραιότητα βελτίωσης. Είναι το υποκριτήριο που με μικρή προσπάθεια, λόγω χαμηλών απαιτήσεων των ερωτηθέντων, θα επιφέρει υψηλή αποτελεσματικότητα.
- Τα υπόλοιπα υποκριτήρια της Ευχρηστίας βρίσκονται σε δεύτερη προτεραιότητα για βελτίωση. Πιο συγκεκριμένα είναι χαμηλής αποτελεσματικότητας και απαιτητικότητας, όπου η βελτίωση τους είναι ζητούμενο. Η «Ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγής» και το «Ποσοστό των υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής» απαιτούν μικρή προσπάθεια για να επιφέρουν βελτίωση της ικανοποίησης, οπότε η αναβάθμιση τους αποτελεί καλή επένδυση για την συνολική αναβάθμιση ικανοποίησης όσον αφορά την Ευχρηστία και κατ' επέκταση της συνολικής ικανοποίησης.

### 5.9.2. Διάγραμμα βελτίωσης Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας

Στην Εικόνα 42 παρατίθεται το διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας, όπου φαίνεται ότι:

- Το υποκριτήριο της «Ασφάλειας συναλλαγών» κατατάσσεται σε άμεση (πρώτη) προτεραιότητα βελτίωσης, καθώς είναι μεγάλης αποτελεσματικότητας και χαμηλής απαιτητικότητας.
- Σε δεύτερο επίπεδο προτεραιότητας τοποθετούνται τα υποκριτήρια της «Προστασίας προσωπικών δεδομένων» και των «Μεθόδων διασφάλισης ασφάλειας συναλλαγών». Συγκεκριμένα το πρώτο βρίσκεται οριακά μεταξύ πρώτης και δεύτερης προτεραιότητας, γεγονός που φανερώνει την ανάγκη αλλά και την σκοπιμότητα για αναβάθμιση του. Σε κάθε περίπτωση έχουμε δύο υποκριτήρια χαμηλής απαιτητικότητας που η βελτίωση του επιπέδου ικανοποίησης τους θα επιφέρει βελτίωση της συνολικής ικανοποίησης με σχετικά μικρό κόστος.

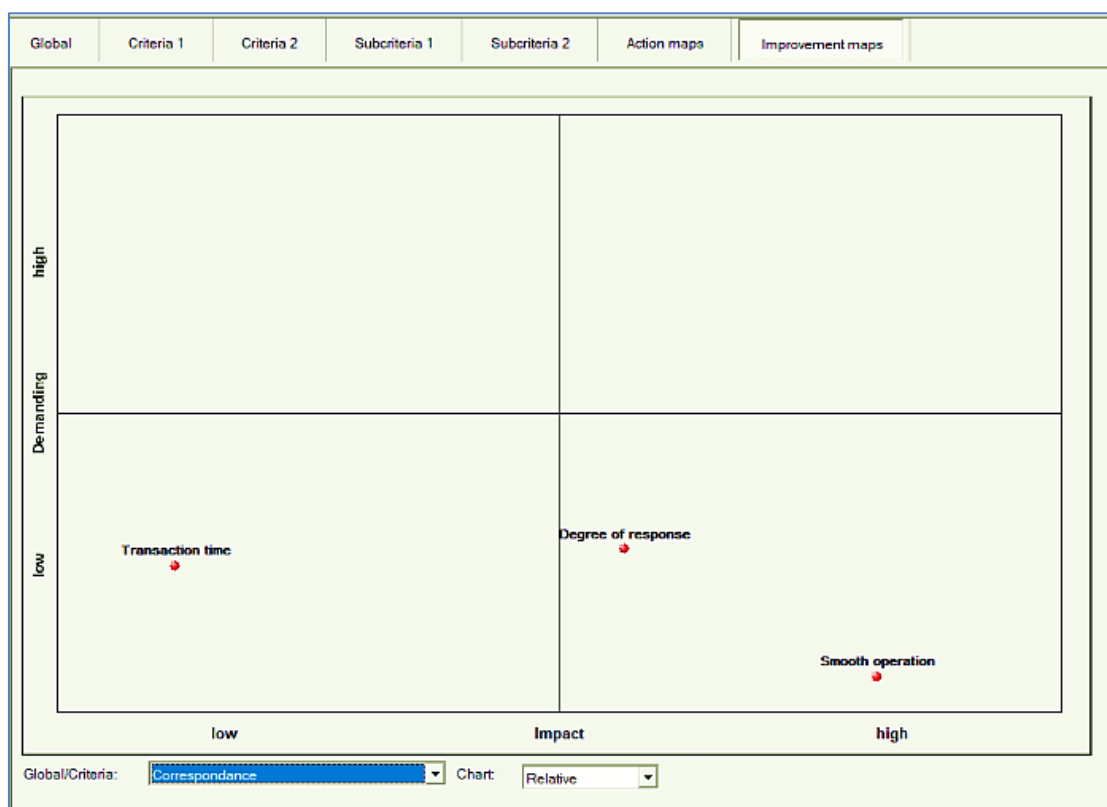


Εικόνα 42: Διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας.

### 5.9.3. Διάγραμμα βελτίωσης Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας

Το διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής παρουσιάζεται στην Εικόνα 43, όπου παρατηρείται:

- Σε άμεση (πρώτη) προτεραιότητα βελτίωσης τοποθετούνται τα υποκριτήρια της «Απρόσκοπτης και αποδοτικής διεπικοινωνίας» και της «Αμεσότητας απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος», που είναι χαμηλής απαιτητικότητας και υψηλής αποτελεσματικότητας (επίδρασης). Λαμβανομένου υπόψη ότι πρόκειται και για δύο υποκριτήρια που απεικονίζουν την ικανοποίηση σε θεμελιώδη χαρακτηριστικά ενός διαδικτυακού συστήματος, γίνεται κατανοητό ότι η βελτίωση τους είναι αναγκαία κα συμφέρουσα.
- Σε δεύτερο επίπεδο προτεραιότητας βρίσκεται ο «Χρόνος διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής», όπου απαιτείται μικρό κόστος προσπάθειας για βελτίωση της ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής



Εικόνα 43: Διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Ανταπόκρισης/Διεπικοινωνίας.  
τραπεζικής.

### 5.9.4. Διάγραμμα βελτίωσης Αξιοπιστίας

Η Εικόνα 44 παρουσιάζει το διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Αξιοπιστίας, όπου παρατηρείται:

- Τα υποκριτήρια του «Επίπεδου των υπηρεσιών που παρέχονται» και της «Εμπιστοσύνης που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής» κατατάσσονται σε άμεση (πρώτη) προτεραιότητα βελτίωσης. Σημαντικά και τα δύο υποκριτήρια και σίγουρα συμφέρουσα επένδυση η αναβάθμιση τους καθώς με μικρό κόστος προσπάθειας θα επιφέρουν ουσιαστικά αποτελέσματα στην συνολική βελτίωση της ικανοποίησης.
- Σε δεύτερο επίπεδο προτεραιότητας βρίσκεται το υποκριτήριο του «Χρόνου διεκπεραίωσης συναλλαγών», όπου με σχετικά χαμηλή προσπάθεια αναμένεται βελτίωση σε ένα βαθμό της συνολικής εικόνας της ηλεκτρονικής τραπεζικής.



Εικόνα 44: Διάγραμμα βελτίωσης για τα υποκριτήρια της Αξιοπιστίας.

### 5.10. Εκτίμηση προχωρημένων αποτελεσμάτων

Η μέθοδος MUSA παρέχει τη δυνατότητα παρουσίασης κρίσιμων μεγεθών σχετικά με την ευστάθεια του μοντέλου και την εκτίμηση των αποτελεσμάτων. Οι προχωρημένες αναλύσεις και αποτελέσματα του συστήματος αφορούν κυρίως:

- στην Ανάλυση Μεταβελτιστοποίησης,
- στις Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης (μερικές συναρτήσεις αξιών),
- στην Ανάλυση Ευστάθειας,
- σε Προβλέψεις Ικανοποίησης.

### 5.10.1. Ανάλυση Μεταβελτιστοποίησης (Post Optimality)

Η ανάλυση μεταβελτιστοποίησης της έρευνας από την εφαρμογή της μεθόδου MUSA παρατίθεται στην Εικόνα 45, όπου παρουσιάζονται οι εξής πληροφορίες:

- Ο πίνακας της ανάλυσης μεταβελτιστοποίησης, με στόχο τη δυνατότητα εξαγωγής λεπτομερών συμπερασμάτων για την ευστάθεια των αποτελεσμάτων της μεθόδου.
- Η βέλτιστη τιμή  $F^*$  της αντικειμενικής συνάρτησης του αρχικού γραμμικού προγράμματος ( $F^*$  η βέλτιστη αξία, του γραμμικού προγράμματος LP - Εξισώσεις 9).
- μέσος δείκτης προσαρμογής (Average Fitting Index - AFI) είναι 96,91%. Ο AFI κανονικοποιείται στο διάστημα  $[0, 1]$  και είναι ίσο με 1 εάν  $F^* = 0$ , δηλαδή όταν η μέθοδος είναι σε θέση να αξιολογήσει ένα σύστημα τιμών προτίμησης με μηδενικά σφάλματα. Στην περίπτωση της παρούσας ανάλυσης έχουμε ένα πολύ ικανοποιητικό δείκτη προσαρμογής (πολύ κοντά στο 1).
- Το κατώφλι προτίμησης της ολικής ικανοποίησης (Preference threshold) είναι  $\gamma=2,0$ .
- Ο βαθμός παραχώρησης της ανάλυσης μεταβελτιστοποίησης (Post optimality threshold - % F) είναι  $\varepsilon=10\%$ . Η παράμετρος  $\varepsilon$  μπορεί να ορισθεί ως ένα

Post Optimality	Partial Satisfaction Functions				Stability		Prediction											
	w11	w12	w13	w14	w21	w22	w23	w24	w31	w32	w33	w34	w41	w42	w43	w44	z1	z2
max1	70,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	80,00	7,1
max2	2,00	2,00	2,00	2,00	37,07	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	34,93	2,00	2,00	2,00	76,00	8,0
max3	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	35,73	2,00	2,00	2,00	36,27	2,00	2,00	2,00	76,00	8,0
max4	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	70,00	2,00	2,00	2,00	78,00	9,6
Average	19,00	2,00	2,00	2,00	10,77	2,00	2,00	2,00	10,43	2,00	2,00	2,00	35,60	2,00	2,00	2,00	77,50	8,2
Additive	19,00	21,00	23,00	25,00	10,77	12,77	14,77	16,77	10,43	12,43	14,43	16,43	35,60	37,60	39,60	41,60	77,50	85

Εικόνα 45: Ανάλυση Μεταβελτιστοποίησης (Post Optimality) από την MUSA.

ποσοστό της βέλτιστης τιμής της αντικειμενικής συνάρτησης  $F^*$ .

### 5.10.2. Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης (Partial satisfaction functions)

Μια δεύτερη συνιστώσα των προχωρημένων αποτελεσμάτων της μεθόδου είναι οι συναρτήσεις μερικής ικανοποίησης. Στην Εικόνα 46 παρουσιάζονται οι συναρτήσεις μερικής ικανοποίησης για κάθε κριτήριο και για κάθε υποκριτήριο (κριτηρίου).

Τα κριτήρια και τα υποκριτήρια κωδικοποιούνται από την μέθοδο MUSA όπως

Κριτήρια		Υποκριτήρια
1	Ευχρηστία	11, 12, 13
2	Ασφάλεια και ιδιωτικότητα	21, 22, 23
3	Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία	31, 32, 33
4	Αξιοπιστία	41, 42, 43

**Πίνακας 6:** Κωδικοποίηση κριτηρίων και υποκριτηρίων στις Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης

Post Optimality	Partial Satisfaction Functions	Stability	Prediction
-----------------	--------------------------------	-----------	------------

Criteria

Coding	Criterion 1	Criterion 2	Criterion 3	Criterion 4
0	0,000	0,000	0,000	0,000
1	76,000	64,215	63,499	95,646
2	84,000	76,143	75,659	90,431
3	92,000	88,072	87,830	95,215
4	100,000	100,000	100,000	100,000

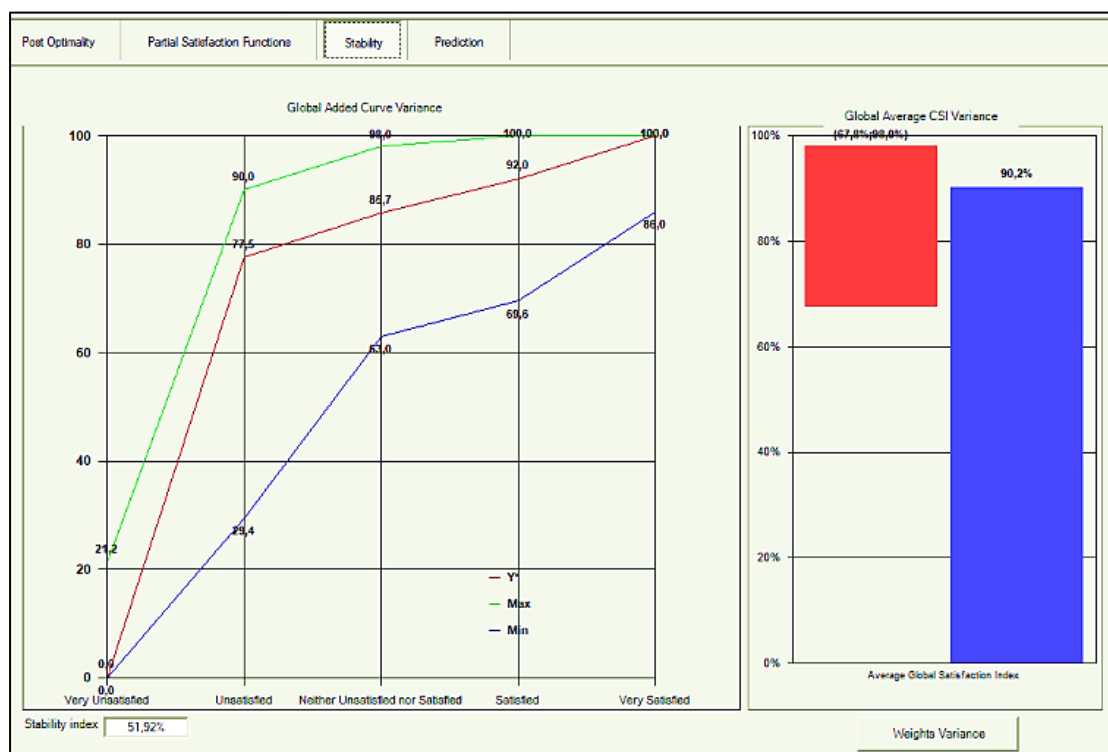
Subcriteria

Coding	11	12	13	21	22	23	31	32	33	41	42	43
0	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
1	79,621	69,913	44,368	91,174	46,500	63,607	63,415	59,239	91,289	49,727	68,911	66,365
2	86,547	93,275	62,912	93,944	64,339	75,671	75,610	72,826	94,193	66,460	94,305	77,570
3	93,274	96,638	81,456	97,230	82,169	87,536	87,805	86,413	97,096	83,240	97,152	88,785
4	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

**Εικόνα 46:** Συναρτήσεις Μερικής Ικανοποίησης (Partial satisfaction functions) από την MUSA.

### 5.10.3. Ανάλυση Ευστάθειας (Stability)

Στην Εικόνα 47 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της Ανάλυσης Ευστάθειας, απ’



Εικόνα 47: Ανάλυση Ευστάθειας (Stability) από την MUSA.

όπου αντλούνται οι ακόλουθες πληροφορίες:

- Διάγραμμα διακύμανσης της Ολικής Συνάρτησης Ικανοποίησης (Global Added Value Curve), κεντρικά και αριστερά στο παράθυρο. Πρόκειται για τη καμπύλη προστιθέμενης αξίας: αυτή η καμπύλη δείχνει την πραγματική τιμή (0-100) που δίνουν οι ερωτηθέντες για κάθε επίπεδο της συνολικής διαβαθμισμένης κλίμακας ικανοποίησης. Αναφέρεται στη μεταβλητή  $Y^*$  του μοντέλου (κόκκινη γραμμή) και η μορφή της καμπύλης δείχνει εάν οι πελάτες είναι απαιτητικοί. Στην περίπτωση της εν λόγω ανάλυσης η και η συγκεκριμένη καμπύλη δείχνει ότι οι πελάτες της ηλεκτρονικής τραπεζικής που συμμετέχουν στην έρευνα δεν είναι απαιτητικοί (Εικόνα 47).
- Διακύμανση του Ολικού Δείκτη Ικανοποίησης (Global Average CSI Variance), η οποία υπολογίζεται με βάση το προηγούμενο διάγραμμα (μέγιστη και ελάχιστη ολική συνάρτηση αξιών) και μπορεί να αποτελέσει ένα διάστημα εμπιστοσύνης για το συγκεκριμένο δείκτη. Για την παρούσα έρευνα η διακύμανση του Μέσου Δείκτη Ικανοποίησης (Average CSI Variance) είναι από 67,8% έως 98%, ενώ η συνολική ικανοποίηση όπως έχει παρουσιαστεί και στην παράγραφο 5.2 (Εικόνα 14), στα αποτελέσματα συνολικής ικανοποίησης χρηστών, είναι 90,2%.
- Ο Μέσος Δείκτης Ευστάθειας (Stability Index) είναι 50,56%.



#### 5.10.4. Πίνακας Πρόβλεψης (Prediction)

Το τελευταίο από τα προχωρημένα αποτελέσματα που εξάγει η μέθοδος MUSA είναι ο Πίνακας Πρόβλεψης (Εικόνα 48), ο οποίος παρουσιάζει τον πίνακα πρόβλεψης ή εκτίμησης της ολικής ικανοποίησης. Κάθε στήλη του πίνακα (Predicted), δείχνει το ποσοστό των πελατών που έχουν καταταγεί από το σύστημα σε ένα από τα προκαθορισμένα επίπεδα ικανοποίησης (1: Πολύ Δυσανεστημένος, έως 5: Πολύ Ικανοποιημένος), ενώ κάθε γραμμή (Observed), δείχνει το ποσοστό των πελατών που πραγματικά ανήκει σε κάθε ένα από αυτά τα προκαθορισμένα επίπεδα ικανοποίησης.

Αν όλα τα στοιχεία του πίνακα, εκτός από αυτά της κύριας διαγώνιου, έχουν μηδενική τιμή, η ικανότητα πρόβλεψης του μοντέλου είναι 100%. Αυτό σημαίνει ότι υπάρχει απόλυτη ταύτιση μεταξύ του μοντέλου και της ολικής ικανοποίησης των πελατών. Στην αντίθετη περίπτωση, παρατηρούνται ασυμφωνίες μεταξύ της πρόβλεψης που κάνει το σύστημα και των απαντήσεων που έχουν δώσει οι πολίτες. Στην στήλη Prediction Per Category, παρουσιάζεται ακριβώς το ποσοστό ορθών κατατάξεων ανά κατηγορία.

Κατηγορία/Βαθμός Ικανοποίησης	Πρόβλεψη/Κατηγορία (%)
Πολύ Δυσανεστημένος/η	100
Δυσανεστημένος/η	84
Ούτε δυσανεστημένος/η, Ούτε ευχαριστημένος/η	65,82
Ευχαριστημένος/η	68,67
Πολύ Ευχαριστημένος/η	81,43

**Πίνακας 7:** Ποσοστά πρόβλεψης/κατηγορία ικανοποίησης του μοντέλου της μεθόδου MUSA.

Τέλος ο Δείκτης Συνολικής Πρόβλεψης (Overall Prediction) είναι πολύ ικανοποιητικός 72,17%.

Post Optimality   Partial Satisfaction Functions   Stability <b>Prediction</b>						
Predicted						
Observed	1	2	3	4	5	Prediction per category
1	0.92%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%
2	0.31%	6.42%	0.61%	0.31%	0.00%	84.00%
3	0.00%	4.59%	15.90%	2.45%	1.22%	65.82%
4	0.00%	1.22%	8.87%	31.50%	4.28%	68.67%
5	0.00%	0.00%	0.31%	3.67%	17.43%	81.43%
						Overall prediction: 72.17%

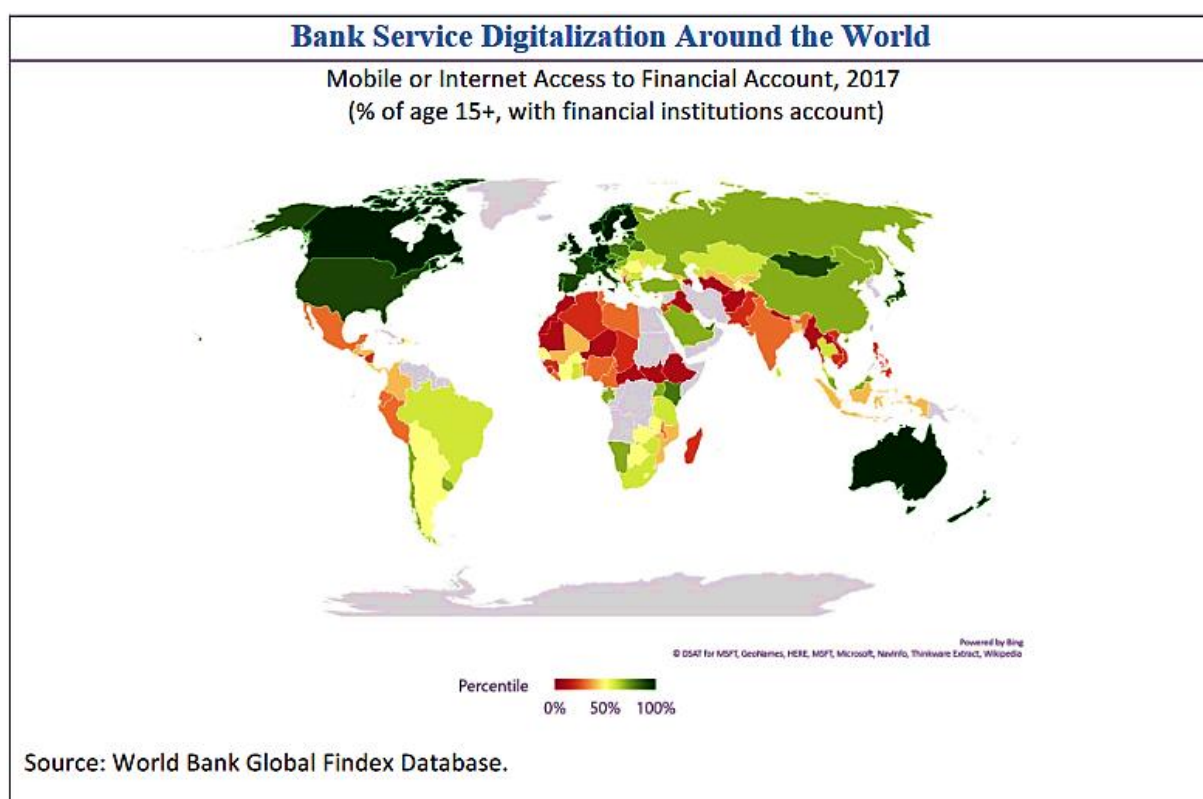
**Εικόνα 48:** Πρόβλεψη (Prediction) για την ικανοποίηση των πολιτών από την MUSA.



## 6. Συμπεράσματα

Στην παρούσα εργασία σχεδιάστηκε, αναπτύχθηκε και διεκπεραιώθηκε μια πανελλαδική διαδικτυακή έρευνα ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Για το σκοπό αυτό σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε ένα διαδικτυακό ερωτηματολόγιο με γνώμονα την απλότητα και την, όσο το δυνατόν, σύντομη απάντηση του. Ωστόσο έγινε προσπάθεια να ληφθούν υπόψη και να διερευνηθούν όλες οι κρίσιμες παράμετροι εργονομικής κι αποδοτικής λειτουργίας των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, με βάση τα διεθνή και ευρωπαϊκά πρότυπα και καλές πρακτικές. Αυτές οι παράμετροι οργανώθηκαν σε τέσσερα βασικά κριτήρια και δώδεκα υποκριτήρια. Η μεθοδολογία ικανοποίησης που μελετήθηκε και χρησιμοποιήθηκε για την επεξεργασία των δεδομένων ήταν η MUSA (Multicriteria Satisfaction Analysis - Grigoroudis και Siskos, 2009).

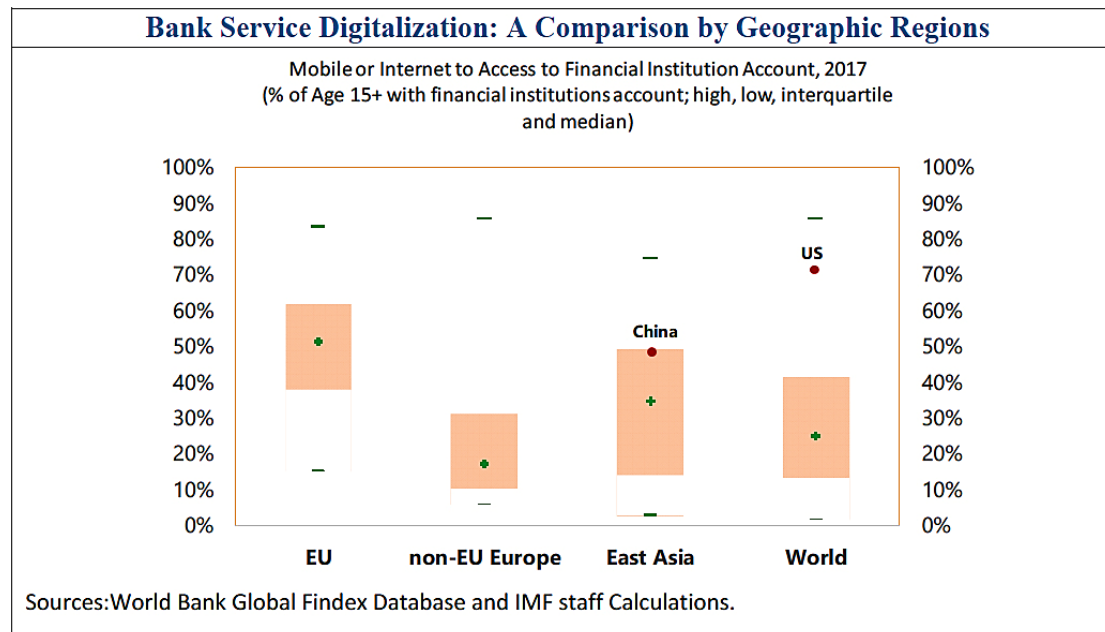
Από το 1997 και την πρώτη εμφάνιση ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης (σε περιορισμένο αριθμό υπηρεσιών) από την Εγνατία τράπεζα, η ηλεκτρονική τραπεζική έχει εξελιχθεί ραγδαία, τόσο σε παγκόσμια κλίμακα όσο και στην χώρα μας. Σύμφωνα με έρευνα του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (Liu E. X., 2021) στο μεγαλύτερο μέρος του πλανήτη χρησιμοποιούνται υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής σε υψηλά ποσοστά (Εικόνες 49-50). Οι χώρες με τη μεγαλύτερη χρήση των ψηφιακών υπηρεσιών των τραπεζών βρίσκονται κυρίως στη Βόρεια Αμερική και στη Δυτική και Βόρεια



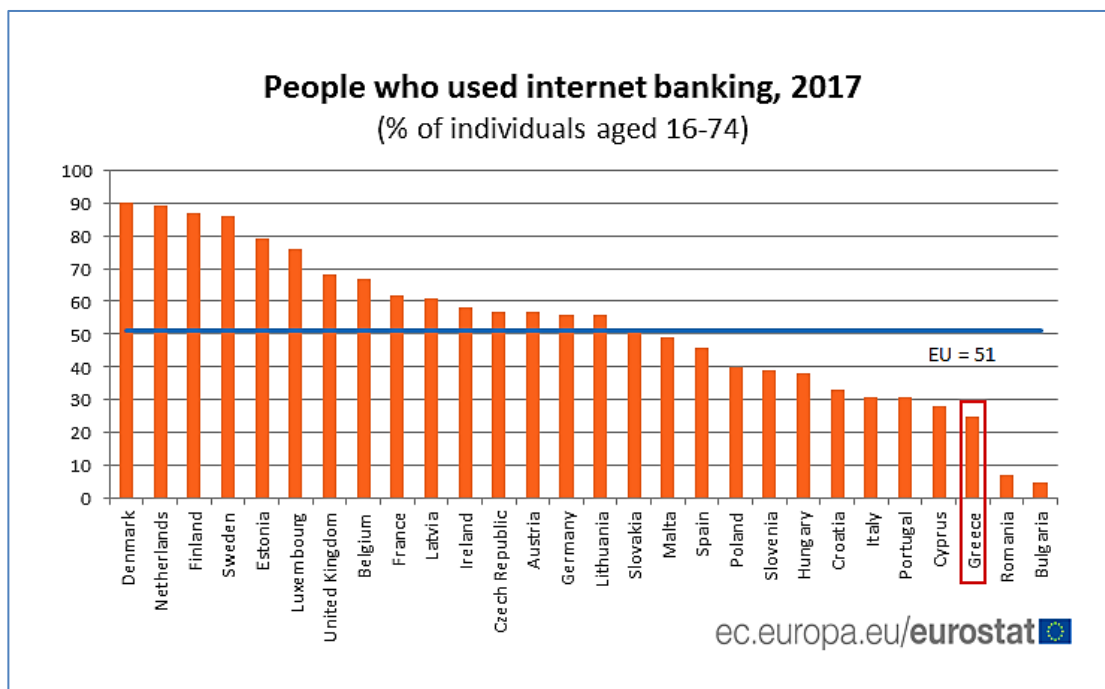
**Εικόνα 49:** Ψηφιοποίηση τραπεζικών υπηρεσιών σε παγκόσμια κλίμακα. Πηγή: Liu E. X., 2021 για το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο

Ευρώπη.

Η χώρα μας, αν και βρίσκεται χαμηλά σε ευρωπαϊκό επίπεδο όσον αφορά στην χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat, 2018 - Εικόνα 51), συνεχίζει ωστόσο να αναπτύσσεται επενδύοντας στις υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής, που αποτελούν κομβικό μοχλό για την διεύρυνση



**Εικόνα 50:** Ψηφιοποίηση τραπεζικών υπηρεσιών συγκριτικά ανά γεωγραφική περιοχή. Πηγή: Liu, 2021 για το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.



**Εικόνα 51:** Χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ευρώπη. Πηγή: Eurostat, 2018.

του πελατολογίου των τραπεζών και τη σύνδεση των σχετικών υπηρεσιών με τη γενικότερη τεχνολογική ανάπτυξη (Santouridis & Kyritsi, 2014).

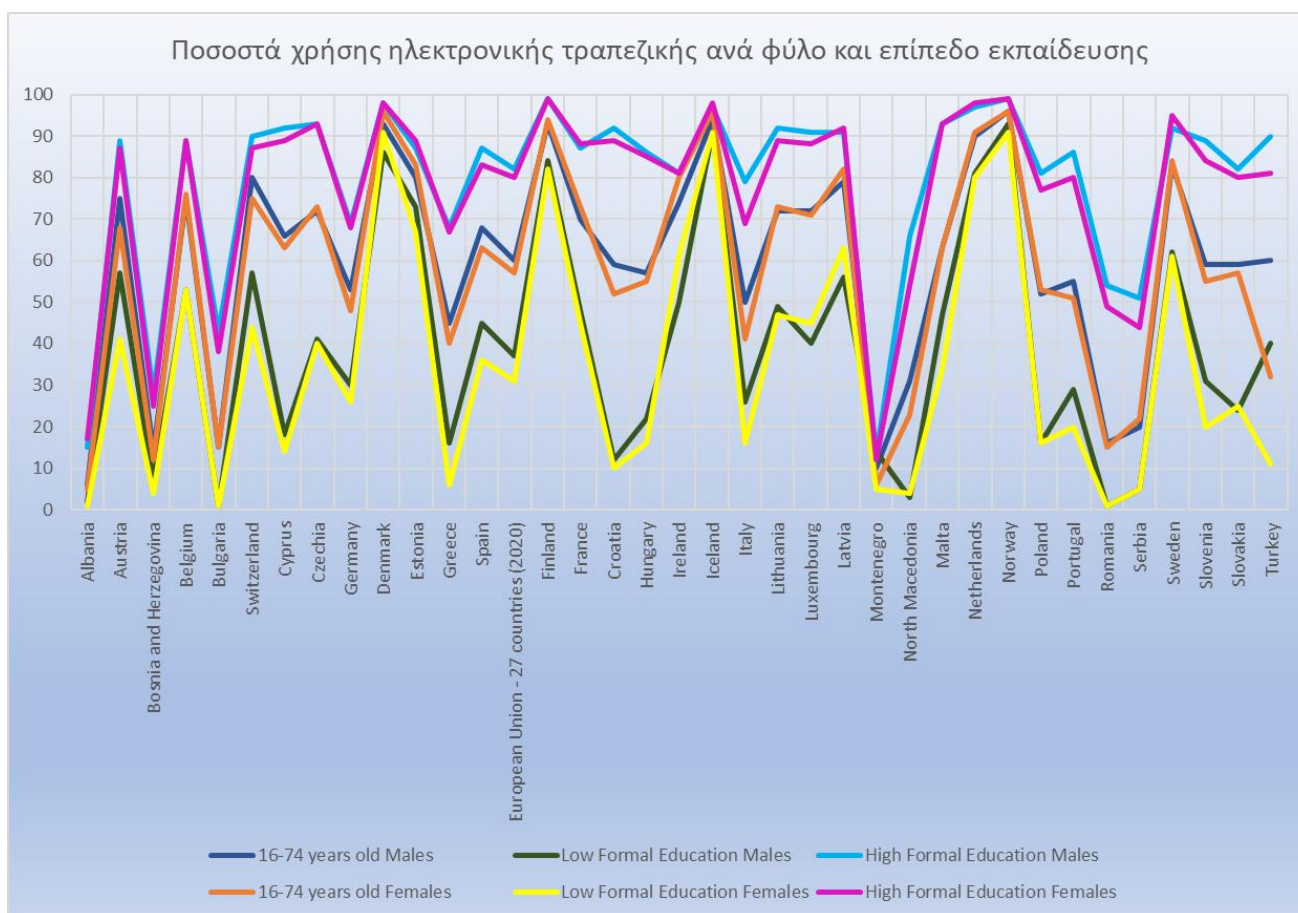
Η συγκεκριμένη έρευνα ήταν γενική και δεν αποσκοπούσε στην διερεύνηση κάποιας συγκεκριμένης υπηρεσίας ή πλατφόρμας ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τα συμπεράσματα της έρευνας λοιπόν αποτυπώνουν μια γενική εικόνα ικανοποίησης των πολιτών και δεν εστιάζουν σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα συναλλαγών ή υπηρεσιών.

### 6.1. Συμπεράσματα σχετικά με τους συμμετέχοντες στην έρευνα (δείγμα)

Η διεξαγωγή της έρευνας συνέλεξε απαντήσεις από ένα πανελλαδικό δείγμα 328 ατόμων, όπου όπως έγινε φανερό στα πρώτα στάδια της επεξεργασίας δεν επρόκειτο για ένα τυχαίο δείγμα. Το δείγμα της έρευνας παρουσιάστηκε με συγκεκριμένα κυρίαρχα χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα το δείγμα μας ήταν:

- κατά μέσο όρο νέοι (κάτω των 40 ετών),
- γυναίκες (68%),
- εργαζόμενες/οι (πάνω από 80%),
- με υψηλό επίπεδο μόρφωσης (75% απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης).

Τα κυρίαρχα χαρακτηριστικά του δείγματος μας, σίγουρα θα πρέπει να ληφθούν υπόψη, καθώς επηρεάζουν την άποψη και κατά συνέπεια τις απαντήσεις των πολιτών. Όπως γίνεται φανερό από στοιχεία του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Ισότητας των Φύλων (EIGE, 2021 - Εικόνα 52) χαρακτηριστικά, όπως τα παραπάνω επηρεάζουν



**Εικόνα 52:** Ποσοστά χρήσης ηλεκτρονικής τραπεζικής ανά φύλο και επίπεδο εκπαίδευσης στις χώρες της Ευρώπης. Πηγή: European Institute of Gender Equality, 2021.

ουσιαστικά τα ποσοστά χρήσης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.

## **6.2. Συμπεράσματα σχετικά με τις υπηρεσίες και τα μέσα που χρησιμοποιεί το δείγμα της έρευνας**

Για τους σκοπούς της έρευνας επιλέχθηκαν προς διερεύνηση οι πιο δημοφιλής υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (§4.2.1, Εικόνας 12):

1. Ηλεκτρονικές πληρωμές και εμβάσματα
2. Διαχείριση λογαριασμών και προθεσμιακών καταθέσεων
4. Διαχείριση δανείων
5. Διαχείριση ασφαλιστικών προϊόντων
6. Διαχείριση επενδυτικών προϊόντων

Όσον αφορά στα μέσα που επιλέγουν για να κάνουν χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής η Εικόνα 13 (§4.2.2) αποτυπώνει τις προτιμήσεις των ερωτηθέντων στην χρήση των ακόλουθων μέσων διεκπεραίωσης ψηφιακών τραπεζικών συναλλαγών:

1. Web Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω διαδικτύου)
2. Mobile Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω εφαρμογών κινητού τηλεφώνου)
3. Phone Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω τηλεφωνικής κλήσης)
4. ATM (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω Μηχανήματος Αυτόματης Ανάλυσης)
5. APS (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω Κέντρων Αυτόματων Συναλλαγών)
6. POS (Ηλεκτρονική πληρωμές μέσω Μηχανήματος Πληρωμών)

Η μεγάλη πλειοψηφία του δείγματος της παρούσας έρευνας χρησιμοποιεί αρκετά μόνο τις δύο πρώτες απ' τις προαναφερθείσες υπηρεσίες (§4.2.1, Εικόνας 12). Αυτό δεν οδηγεί, κατ' ανάγκη σε κάποιο αρνητικό συμπέρασμα συνολικά για την χρήση της τραπεζικής και των σχετικών υπηρεσιών, μάλιστα συνάδει με το ιδιαίτερο προφίλ των ερωτηθέντων χρηστών.

Ωστόσο ενδιαφέρον παρουσιάζει (§4.2.2, Εικόνα 13) ότι η μεγάλη πλειοψηφία των πελατών/χρηστών χρησιμοποιεί ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω κινητού τηλεφώνου και ηλεκτρονικού υπολογιστή (74,1% και 67,7% αντίστοιχα). Παράλληλα το μεγαλύτερο κομμάτι αυτών διεκπεραιώνει πληρωμές μέσω μηχανημάτων ηλεκτρονικών πληρωμών (POS, 64,9%) και συναλλάσσεται με ATM μηχανημάτων τραπεζών (63,1%).

Δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς για τους πολίτες οι υπηρεσίες Τηλεφωνικής Τραπεζικής (Phone Banking, 8,8%) καθώς κι αυτές των Κέντρων Αυτόματων Συναλλαγών (APS, 6,1%).

### **6.3. Συμπεράσματα σχετικά με τις υπηρεσίες και τα μέσα που χρησιμοποιεί το δείγμα της έρευνας**

Όσον αφορά στην μεθοδολογία διερεύνησης ικανοποίησης, την MUSA, διαπιστώθηκε ότι πρόκειται για ένα δυναμικό και εύχρηστο εργαλείο, το οποίο οδήγησε στην εξαγωγή ουσιαστικών και στοχευμένων συμπερασμάτων, παρ' όλη την έλλειψη οποιασδήποτε προηγούμενης εμπειρίας.

Η εφαρμογή της μεθοδολογίας ανέδειξε αδυναμίες σε όλες τις διαστάσεις της ηλεκτρονικής τραπεζικής, προτείνοντας μάλιστα σε ποιες παραμέτρους (κριτήρια/υποκριτήρια) θα πρέπει να εστιαστεί η προσοχή και να καταβληθεί διαβαθμισμένη προσπάθεια βελτιώσεων σε πρώτο, δεύτερο και τρίτο επίπεδο.

### **6.4. Συμπεράσματα σχετικά με την ικανοποίηση**

Το επίπεδο ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα, που συμμετείχαν στην έρευνα, είναι πολύ υψηλό όπως παρουσιάστηκε στην παράγραφο 5.2, Εικόνα 7 και 15. Το δείγμα είναι πολίτες χαμηλών απαιτήσεων και παρουσιάζεται πολύ ικανοποιημένο από τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ο δείκτης ολικής ικανοποίησης της MUSA παρουσιάζεται πολύ υψηλός, 90% και ο δείκτης απαιτητικότητας -70% (μη απαιτητικοί πολίτες). Η χαμηλή (αρνητική) απαιτητικότητα για κάθε ένα από τα κρίσιμα κριτήρια της έρευνας, αλλά και τα υποκριτήρια τους παρουσιάστηκε διεξοδικά στα διαγράμματα απαιτητικότητας – αποτελεσματικότητας (Εικόνα 30) της μεθόδου.

Αυτή η πρώτη εικόνα ικανοποίησης-απαιτητικότητας των πολιτών είναι πολύ πιθανό ότι είναι άμεσα σχετική με το προφίλ του δείγματος, που περιεγράφηκε παραπάνω και δίνει εναύσματα για περεταίρω διερεύνηση.

Σχετικά με την ικανοποίηση στις επιμέρους διαστάσεις (κριτήρια) η έρευνα καταλήγει στα εξής συμπεράσματα:

- η Ευχρηστία των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής (Εικόνα 9) αφήνει γενικά ικανοποιημένους έως πολύ ικανοποιημένους τους πολίτες/χρήστες. Το 68,5% αυτών δηλώνουν ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι και το 9,2% δυσαρεστημένοι έως πολύ δυσαρεστημένοι.  
Η πιο αδύναμη συνιστώσα της Ευχρηστίας διαφαίνεται να είναι η «Ευκολία στη λήψη βοήθειας» (Εικόνα 19) με το 55,6% τους δείγματος να είναι ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο και το 15,3% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.
- η Ασφάλεια και ιδιωτικότητα κατά την περιήγηση στις πύλες ηλεκτρονικής τραπεζικής (Εικόνα 13) ακολουθεί παρόμοια επίπεδα ικανοποίησης με 59% των



πολιτών να είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι και το 15,3% δυσαρεστημένοι έως πολύ δυσαρεστημένοι.

Το υποκριτήριο της Ασφάλεια-Ιδιωτικότητας με την χαμηλότερη επίδοση ικανοποίησης είναι η «Διασφάλιση προσωπικών δεδομένων» (Εικόνα 16) με το 56,3% τους δείγματος να είναι ικανοποιημένο έως πολύ ικανοποιημένο και το 15% είναι δυσαρεστημένο έως πολύ δυσαρεστημένο.

- η Ανταπόκριση των πυλών ηλεκτρονικής τραπεζικής και η Διεπικοινωνία μ' αυτές (Εικόνα 17), συντάσσεται κι αυτή στην εικόνα των προηγούμενων συνιστωσών ικανοποίησης παρουσιάζοντας το 61,7% των ερωτηθέντων να είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι και το 15,9% δυσαρεστημένοι έως πολύ δυσαρεστημένοι.

Η «Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος» (Εικόνα 19) παρουσιάζεται ως η λιγότερο ικανοποιητική πλευρά της Ανταπόκρισης- Διεπικοινωνίας με 54,4% των χριστών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι από ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι και το 15% να είναι δυσαρεστημένοι έως πολύ δυσαρεστημένοι.

- τέλος και η διάσταση της Αξιοπιστίας (Εικόνα 21) επαναλαμβάνεται το μοτίβο ικανοποίησης με δύο στους τρεις (περίπου) πολίτες/χρήστες (62,1%) να είναι ικανοποιημένοι έως πολύ ικανοποιημένοι ενώ το 11,6% είναι δυσαρεστημένοι έως πολύ δυσαρεστημένοι.

Στην περίπτωση της Αξιοπιστίας το λιγότερο ικανοποιητικό υποκριτήριο είναι αυτό της «Εμπιστοσύνης που νιώθουν οι πολίτες/χρήστες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής» (Εικόνα 24), όπου το 56,8% εμπιστεύεται έως εμπιστεύεται πολύ τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής, ενώ το 15% έχει αντίθετη έως πολύ αντίθετη άποψη.

## **6.5. Συμπεράσματα σχετικά με τα διαγράμματα δράσης και βελτίωσης**

Προκειμένου να αξιοποιηθούν τα αποτελέσματα της έρευνας η μέθοδος MUSA παρέχει δύο πολύ χρήσιμα εργαλεία, τα διαγράμματα δράσης (§3.5.3, Εικόνα 2) και τα διαγράμματα βελτίωσης (§3.5.2, Εικόνα 3). Τα διαγράμματα δράσης μπορούν να υποδείξουν τις διαστάσεις ικανοποίησης (κριτήρια) που πρέπει να βελτιωθούν και τα διαγράμματα βελτίωσης μπορούν να προσδιορίσουν το αποτέλεσμα των ενεργειών βελτίωσης και το μέγεθος της προσπάθειας που χρειάζεται για να επιτευχθεί η προσδοκώμενη βελτίωση. Από τα αντίστοιχα διαγράμματα της παρούσας εργασίας (§5.8, Εικόνα 40 και §5.9, Εικόνα 40) εξάγονται τα ακόλουθα πολύ χρήσιμα συμπεράσματα για τις βασικές διαστάσεις ικανοποίησης της έρευνας:

- Ευχρηστία (Εικόνα 35): διακρίνεται ως σημαντικό κριτήριο και αποτελεί «Ευκαιρία μόχλευσης» (υψηλή απόδοση/υψηλή σημαντικότητα) με περιθώριο να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα για την ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα. Κατατάσσεται οριακά μεταξύ του δεύτερου επίπεδου προτεραιότητας βελτίωσης, «Ευκαιρία μόχλευσης» και της περιοχής τελευταίας προτεραιότητας βελτίωσης, «Μεταφορά πόρων» (υψηλής



απόδοση/ χαμηλής σημαντικότητα) καθώς με μικρή προσπάθεια μπορεί να επιτευχθεί ουσιαστική βελτίωση αποτελεσματικότητας.

Εξετάζοντας το αντίστοιχο διάγραμμα βελτίωσης για την Ευχρηστία (Εικόνα 41) διαπιστώνεται ότι το λογισμικό που υλοποιεί τη μεθοδολογία της MUSA προτείνει την αναβάθμιση του υποκριτηρίου «*Ευκολίας στην λήψη βοήθειας για την διεκπεραίωση συναλλαγής*». Πρόκειται για μια κομβική συνιστώσα/υποκριτήριο της Ευχρηστίας, ή οποία θα πρέπει να είναι η πρώτη παρέμβαση για την αναβάθμιση της συνολικής Ευχρηστίας.

Σαν δεύτερη ενέργεια βελτίωσης και σε δεύτερη προτεραιότητα σύμφωνα και με το σχετικό διάγραμμα βελτίωσης (Εικόνα 41), θα μπορούσε να είναι η αναβάθμιση του «*Ποσοστού υπηρεσιών που διεκπεραιώνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής*» και η «*Ευκολία διεκπεραίωσης της επιθυμητής συναλλαγής*» («Ευκαιρία μόχλευσης» στο σχετικό διάγραμμα δράσης, Εικόνα 36) και θα πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη στα σχέδια βελτίωσης,

- Ασφάλεια και Ιδιωτικότητα (Εικόνα 35): βρίσκεται στην περιοχή «Status Quo» (χαμηλής απόδοσης / χαμηλής σημαντικότητας). Η κατάταξη του στην συγκεκριμένη περιοχή του δίνει χαμηλή προτεραιότητα στον σχεδιασμό αναβάθμισης της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Ωστόσο όμως αξίζει η ενασχόληση και βελτίωση του βαθμού ικανοποίησης του υποκριτηρίου «*Ασφάλειας των συναλλαγών*» (Εικόνα 37), καθώς βρίσκεται στην περιοχή «Ευκαιρίας μόχλευσης», δηλαδή την υψηλότερη προτεραιότητα συγκριτικά με τα υπόλοιπα της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας. Το εν λόγω υποκριτήριο παρουσιάζει υψηλή απόδοση και υψηλή σημαντικότητα και ταυτόχρονα αποτελεί πρώτη πρόταση (προτεραιότητα) βελτίωσης της μεθοδολογίας MUSA, (Εικόνα 42) για την συνολική βελτίωση της Ασφάλειας και Ιδιωτικότητας.

Σε δεύτερο επίπεδο προτεραιότητας βελτίωσης τοποθετούνται τα υποκριτήρια της «Προστασίας προσωπικών δεδομένων» και στη συνέχεια των «Μεθόδων διασφάλισης ασφάλειας συναλλαγών» (Εικόνα 42).

- Ανταπόκριση – Διεπικοινωνία (Εικόνα 35): τοποθετείται στην περιοχή «Status Quo» (χαμηλής απόδοσης / χαμηλής σημαντικότητας), όπως και το προηγούμενο κριτήριο.

Εξετάζοντας τις συνιστώσες της Ανταπόκρισης – Διεπικοινωνίας παρατηρείται ότι η «*Απρόσκοπτη και αποδοτική διεπικοινωνία*» (Εικόνα 38) είναι δεύτερης προτεραιότητας, ως «Ευκαιρία μόχλευσης» με υψηλή σημαντικότητα και απόδοση. Το υποκριτήριο αυτό, όπως χαρακτηρίζεται, είναι ευκαιρία για αναβάθμιση της ικανοποίησης της Ανταπόκρισης – Διεπικοινωνίας, οπότε θα πρέπει να μπει στο γενικότερο σχεδιασμό βελτίωσης. Παρατηρώντας και το σχετικό διάγραμμα βελτίωσης (Εικόνα 42) διαπιστώνεται ότι εκτός απ' την «*Απρόσκοπτη διεπικοινωνία*», σε δεύτερο επίπεδο προτεραιότητας βρίσκεται και η «*Αμεσότητα απάντησης/διεκπεραίωσης αιτήματος*», που είναι χαμηλής απαιτητικότητας

και υψηλής αποτελεσματικότητας (επίδρασης). Λαμβανομένου υπόψη ότι πρόκειται και για δύο υποκριτήρια που απεικονίζουν την ικανοποίηση σε θεμελιώδη χαρακτηριστικά ενός διαδικτυακού συστήματος, γίνεται κατανοητό ότι η βελτίωση τους είναι αναγκαία και συμφέρουσα. Αυτά τα δύο υποκριτήρια θα πρέπει να αποτελέσουν τους πρώτους στόχους βελτίωσης σε ένα εγχείρημα αναβάθμισης της Ανταπόκρισης – Διεπικοινωνίας. Σαν τελευταίο βήμα βελτίωσης θα μπορούσε να επιχειρηθεί η μείωση του «Χρόνου διεκπεραίωσης επιθυμητής συναλλαγής».

- Αξιοπιστία: εμφανίζεται στην περιοχή δεύτερης προτεραιότητας «Ευκαιρία μόχλευσης» (υψηλή απόδοση/υψηλή σημαντικότητα) στο διάγραμμα δράσης της Εικόνας 35, η οποία φαίνεται να διακρίνεται ως σημαντικό κριτήριο με περιθώριο να αποτελέσει συγκριτικό πλεονέκτημα για την ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα. Η παραπάνω διαπίστωση απεικονίζεται και στο διάγραμμα βελτίωσης που προτείνει η μέθοδος MUSA (Εικόνα 47), όπου εμφανίζεται ως το μόνο κριτήριο στη θέση πρώτης/άμεσης προτεραιότητας για βελτίωση. Η θέση αυτή το αναδεικνύει ως το πρώτο κριτήριο προς βελτίωση στον σχεδιασμό αναβάθμισης συνολικά της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Στο κριτήριο αυτό η όποια προσπάθεια αναβάθμισης θα επιφέρει σημαντικά αποτελέσματα βελτίωσης της συνολικής ικανοποίησης των πολιτών/χρηστών της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Επειδή η Αξιοπιστία εμφανίζεται ως πρώτη προτεραιότητα βελτίωσης σ' ένα σχεδιασμό καλυτέρευσης των ψηφιακών υπηρεσιών τραπεζικής, θα πρέπει να εξεταστούν διεξοδικά οι συνιστώσες της. Το «Επίπεδο των υπηρεσιών» (Εικόνα 39) αποτελεί υποκριτήριο της δεύτερης περιοχής προτεραιότητας, δηλαδή «Ευκαιρία μόχλευσης» και κατά συνέπεια θα πρέπει να προηγηθεί στα πλάνα βελτίωσης. Αυτή είναι και η πρώτη προτεραιότητας πρόταση βελτίωσης της μεθόδου MUSA (Εικόνα 44). Σε πρώτη προτεραιότητα, σύμφωνα με το σύστημα, είναι και η «Εμπιστοσύνη» των συναλλαγών. Τελευταίο, όσον αφορά την Αξιοπιστία, θα πρέπει να βελτιωθεί το υποκριτήριο της «Ακρίβειας διεκπεραίωσης», καθώς βρίσκεται στην περιοχή ισχύουσας κατάστασης, «Status Quo», (χαμηλή απόδοση/χαμηλή σημαντικότητα) στο σχετικό διάγραμμα δράσης, αλλά και σε δεύτερη προτεραιότητα σύμφωνα με το διάγραμμα βελτίωσης.

## **6.6. Εν κατακλείδι ένα προτεινόμενο πλάνο αναβάθμισης της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα**

Αξιοποιώντας τα συμπεράσματα των προηγούμενων παραγράφων, ειδικά αυτά που εξάγονται απ' τα σχέδια δράσης και βελτίωσης της μεθοδολογίας MUSA, μπορεί να προταθεί ένα πλάνο αναβάθμισης της τρέχουσας κατάστασης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα.

Αρχικά να σημειωθεί ότι το προτεινόμενο πλάνο βελτίωσης αποτελεί έκφραση της άποψης ενός μη απαιτητικού δείγματος πολιτών, που αφενός λόγω του νεαρού της ηλικίας τους κι αφετέρου λόγω του υψηλού, εν γένει, μορφωτικού επιπέδου του, παρουσιάζεται πολύ ικανοποιημένο από την ηλεκτρονική τραπεζική στην χώρας μας.

Ωστόσο η ανάλυση και επεξεργασία των απαντήσεων των ερωτηθέντων πολιτών/χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής από το λογισμικό MUSA αναδεικνύει τα εξής:

Αν και καμία από τις, υπό διερεύνηση, συνιστώσες ικανοποίησης (κριτήρια) δεν αποτελεί «Ευκαιρία Δράσης», τόσο η Ευχρηστία, όσο και η Αξιοπιστία αποτελούν «Ευκαιρία Μόχλευσης», κριτήρια δηλαδή που η βελτίωση τους θα επιφέρει σημαντική βελτίωση συνολικά στην ηλεκτρονική τραπεζική. Τα υποκριτήρια της Ευχρηστίας και της Αξιοπιστίας, τα οποία αποτελούν πρόσφορο έδαφος για συνολική αναβάθμιση είναι αυτά που κατατάσσονται στην πρώτη κατηγορία των σχεδίων βελτίωσης (μικρή προσπάθεια για υψηλή απόδοση), δηλαδή τα ακόλουθα:

- «Ευκολία στη λήψη βοήθειας»
- «Επίπεδο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής»
- «Εμπιστοσύνη που εμπνέουν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής»

Παρατηρούμε ότι και τα τρία υποκριτήρια που μπορούν να αποτελέσουν μοχλό συνολικής αναβάθμισης αφορούν περισσότερο στην ποιότητα, την οργάνωση και τον στρατηγικό σχεδιασμό των υπηρεσιών, παρά σε υποδομές. Αναδεικνύεται λοιπόν απαραίτητο να επενδύσει ο τραπεζικός τομέας σε αναλυτές/σχεδιαστές εφαρμογών ηλεκτρονικής τραπεζικής, μηχανικούς λογισμικού, μηχανικούς διεπικοινωνίας ανθρώπου-μηχανής και κοινωνιολόγους/αναλυτές συμπεριφοράς. Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής είτε θα πρέπει να επανασχεδιαστούν, είτε να αναβαθμιστούν για να παρέχουν καλύτερες και ταχύτερες υπηρεσίες, εξασφαλίζοντας μεγαλύτερη ασφάλεια και εξατομικευμένη εμπειρία (Angelakopoulos & Mihiotis, 2011), (Mentzas, 1994).

Τόσο η ασφάλεια, όσο και η εξατομικευμένη εμπειρία μπορούν να υποστηριχθούν πλέον από σύγχρονες τεχνολογίες αιχμής, όπως:

- Cloud Computing (εφαρμογές στο «σύννεφο»)
- Εφαρμογές Τεχνητής Νοημοσύνης (Artificial Intelligence)
- Εφαρμογές Ευφύων Πρακτόρων (Intelligent Agent Bots)
- Μηχανική Μάθησης (Machine Learning)
- Εφαρμογές επεξεργασίας φυσικής γλώσσας (Natural Language Processing)

(Usachev, 2021), (Melnik, 2021), (Shevlin, 2020).

Η υιοθέτηση των παραπάνω τεχνολογιών, ως βασικά δομικά στοιχεία των εφαρμογών που υλοποιούν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής θα επιφέρει ουσιαστική

βελτιστοποίηση της υποστήριξης πελατών και την λήψη βοήθειας, ενώ παράλληλα θα αναβαθμίσει το επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται και τελικά θα εδραιώσει εμπιστοσύνη (Singh S, 2022), (Karahanli & Touma, 2021), (Satheesh & Nagaraj, 2021).

## 7. Μελλοντικές επεκτάσεις

Όπως έγινε φανερό από τα συμπεράσματα της έρευνας στην παρούσα εργασία η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα έχει διανύσει μακρά πορεία από την πρώτη εμφάνιση της το 1997 με τις ψηφιακές υπηρεσίες τις Εγνατίας τράπεζας και το Winbank της τράπεζας Πειραιώς το 2000, αλλά μένει να γίνει αρκετή δουλειά για να συγκλίνουμε προς τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (Εικόνα 56). Έρευνες όπως η παρούσα μπορούν να συνδράμουν ουσιαστικά υποδεικνύοντας αδυναμίες και υστερήσεις στις διαδικασίες, τις υποδομές, την εργονομία, την ασφάλεια, την αξιοπιστία και πολλές άλλες παραμέτρους που καθορίζουν ουσιαστικά την ηλεκτρονική τραπεζική.

Επιχειρώντας να κωδικοποιηθούν στόχοι για μελλοντικές μελέτες και επεκτάσεις της παρούσας εργασίας θα πρέπει να σημειωθούν τα εξής:

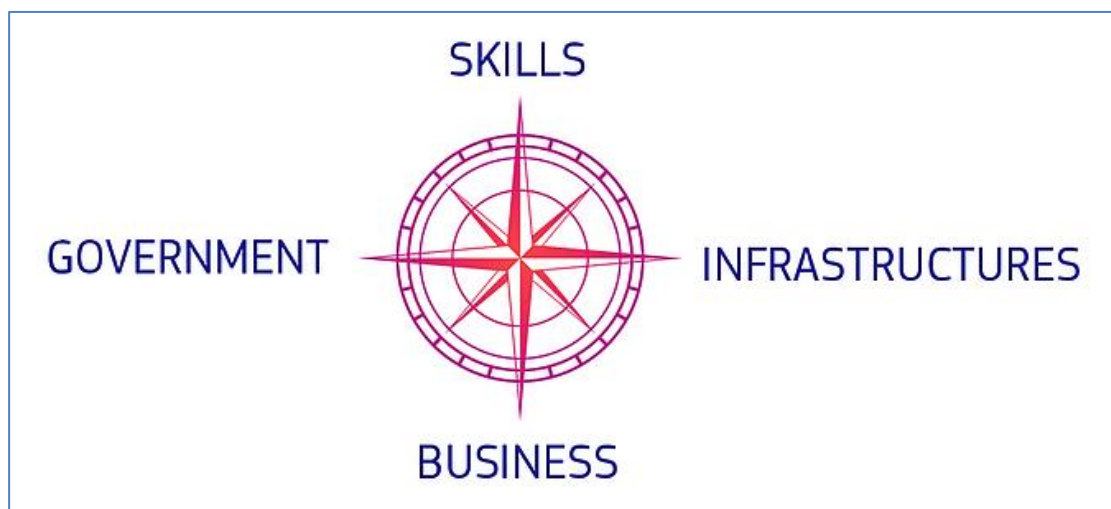
- Η παρούσα έρευνα θα ήταν χρήσιμο να διεκρινθεί μελλοντικά, όσον αφορά στο δείγμα, όχι τόσο ποσοτικά, όσο ποιοτικά προκειμένου να γίνει πιο αντιπροσωπευτικό. Όπως σημειώθηκε το δείγμα δεν χαρακτηρίζεται τυχαίο καθώς βρέθηκε να έχει συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (νέες, εργαζόμενες, γυναίκες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο).
- Μελλοντικές εργασίες θα ήταν μάλλον χρήσιμο να είναι στοχευμένες είτε σε υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τραπεζικής, είτε σε συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού.
- Ενδεικτικά κάποιοι τομείς ή κατηγορίες έρευνας που θα μπορούσαν να εξάγουν πιο στοχευμένα συμπεράσματα είναι:
  - Συγκεκριμένες ηλικιακές ομάδες (π.χ. 18-39, 40-55, 56-70).
  - Συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, ανάλογα με το μορφωτικό επίπεδο.
  - Συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, ανάλογα με το εργασιακό καθεστώς.
  - Στόχευση σε κατηγορίες υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (π.χ. πληρωμές/εμβάσματα, δανεισμός, χρηματιστηριακά προϊόντα κτλ)
  - Αναζήτηση παραγόντων/κινήτρων που θα κάνουν πιο ελκυστικές και προσβάσιμες τις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.

Μ' αυτό τον τρόπο ο γενικότερος σχεδιασμός της έρευνας μπορεί να γίνει περισσότερο εστιασμένος στον εκάστοτε τομέα εξάγοντας πιο συγκεκριμένα συμπεράσματα. Έτσι, πιθανότατα θα απαντηθεί το ερώτημα που εγείρει η παρούσα έρευνα σχετικά με την μη χρήση κάποιων από των επιλεγμένων (για την παρούσα εργασία) δημοφιλών υπηρεσιών, από ένα ποιοτικό μάλιστα δείγμα.

- Επερχόμενες εργασίες: θα είναι χρήσιμο επίσης να στοχεύσουν σε χαρακτηριστικά πληθυσμιακών ομάδων που δεν κάνουν χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής προκειμένου να διερευνηθούν οι λόγοι και να σχεδιαστούν βελτιωτικές ενέργειες και κίνητρα για στροφή προς αυτές.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην δημόσια ζωή (ΕΥΔΕ-ΤΠΕ, 2021), έχει επιταχυνθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Καθοριστικό ρόλο έπαιξε και η πανδημία, η οποία επέβαλε μια νέα ατζέντα για τις κυβερνήσεις και τον δημόσιο τομέα σε παγκόσμια κλίμακα, δίνοντας προτεραιότητα στην ανάπτυξη νέων διαδικασιών και ψηφιακών συστημάτων και προάγοντας την ηλεκτρονική τραπεζική ως μονόδρομο διεκπεραίωσης κάθε τύπου συναλλαγής.

Είναι, ουσιαστικό για την Ελλάδα να συνεχίσει τις ψηφιακές μεταρρυθμίσεις με κλιμακούμενους ρυθμούς και γνώμονα την Ψηφιακή Πυξίδα για την υλοποίηση αναβαθμισμένων υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και ηλεκτρονικής διακυβέρνησης γενικότερα, με ανθρωποκεντρική προσέγγιση, που θα έχουν ως



**Εικόνα 61:** Ψηφιακή Πυξίδα της Ευρώπης. Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022.

αποτέλεσμα την ευθυγράμμιση της χώρα μας με τα ευρωπαϊκά δεδομένα.

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Γρεβενίτου, Μ., Δημητρίου, Μ., Σωτηρούλη, Β. (2015), Τραπεζικό Σύστημα και e-banking, Πτυχιακή Εργασία, ΑΤΕΙ Σερρών

Γρηγορούδης, Β. και Σίσκος, Ι. (2000), Ποιότητα υπηρεσιών και μέτρηση της ικανοποίησης του πελάτη, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, ISBN 9789608105096

Δουκίδης, Γ., Θεμιστοκλέους, Μ., Δράκος, Β., Παπαζαφειροπούλου, Ν. (1998), Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών, ISBN:9789607981059, σελ. 18.

Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης & Εφαρμογής ΤΠΕ - ΕΥΔΕ-ΤΠΕ (2021), Πρόγραμμα «Ψηφιακός Μετασχηματισμός» 2021-2027, ανακτήθηκε από <http://www.digitalplan.gov.gr/dimosievma/102/programma-psifiakos-metascchimatismos-2021-2027>, Τελευταία ανάκτηση 28/11/2022

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2021), Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας (DESI) – Ελλάδα, ανακτήθηκε από: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/88749>, Τελευταία ανάκτηση 27/11/2022

Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2022), Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030, ανακτήθηκε από: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030\\_el](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_el), Τελευταία ανάκτηση 28/11/2022

Καρεκλής, Π. (2003), Επιπτώσεις του internet στη λειτουργία και κερδοφορία των επιχειρήσεων: Οφέλη από τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής, Ελληνική Ένωση Τραπεζών

Κοσμάτος, Β. Δ. (2004), CRM Διαχείριση Πελατειακών Σχέσεων: Η Στρατηγική Επιλογή, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, ISBN: 9789602098059

Μητκάκη Γ. (2018), Ικανοποίηση πελατών της τράπεζας Πειραιώς από την χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e banking) σε Αθηνά και Πάτρα, Διπλωματική Εργασία, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Σχολή Κοινωνικών Επιστημών

Υπουργείο Ψηφιακής Τραπεζικής (2020), Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020–2025

Armstrong, G. & Kotler, P. (2009), Εισαγωγή στο Marketing, Εκδόσεις Επίκεντρο, ISBN 9789604582044.

## ΔΙΕΘΝΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Al-Jamal, M., & Abu-Shanab, E. (2015), Privacy Policy of E-Government Websites and the Effect on Users' Privacy. The 7th International Conference on Information Technology, 338-344, doi:10.15849/icit.2015.0066

Angelakopoulos, G., Mihiotis, A (2011), E-banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector. Electron Commer Res 11, 297–319<https://doi.org/10.1007/s10660-011-9076-2>

Arshad Khan, M., Alhumoudi, H. A. (2022), Performance of E-Banking and the Mediating Effect of Customer Satisfaction: A Structural Equation Model Approach, Sustainability 2022, 14(12), 7224, <https://doi.org/10.3390/su14127224>

Bauernfeind U. (2018), User Satisfaction with Personalised Internet Applications, Forschungsergebnisse der Wirtschaftsuniversitat Wien, Band 27, Peter Lang GmbH, ISBN 978-3-631-75485-6

Boringe, B. (1973), Πότε εμφανίστηκαν οι πρώτες τράπεζες, Ιστορία Εικονογραφημένη, Εκδόσεις πάπυρος press, Τεύχος 61, σελ. 63-64

Botchway, I., Alese, B. K., Agangiba, W. A. (2021), Evaluation of e-government applications based on ISO/IEC 9126 model, Annals, Computer Science Series 19, Vol. 1

Chelladurai, P., & Chang, K. (2000). Targets and Standards of Quality in Sport Services. Sport Management Review, 3(1), 1–22. doi:10.1016/s1441-3523(00)70077-5

Creswell, W. J. (2014), Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, 4<sup>th</sup> Edition, SAGE Publications, Inc., 31-34, ISBN 978-1-4522-2610-1

Despotis, D. K., D. Yannacopoulos, and C. Zopounidis (1990), A review of the UTA Multicriteria method and some improvements, Foundation of Computing and Decision Science, 15 (2), 63- 76.

Djamba, Y. K., & Neuman, W. L. (2002), Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, Teaching Sociology, 30(3), 380. doi:10.2307/3211488

Dutka, A. (1995), AMA Handbook for Customer Satisfaction: A Complete Guide to Research, Planning, & Implementations, McGraw-Hill Education, ISBN-13 9780844235868

Edosomwan, J.A. (1993), Customer and Market-Driven Quality Management, ASQC Quality Press, Milwaukee

European Institute of Gender Equality - EIGE (2021), Gender Statistics Database, Individuals using the Internet for Internet banking, retrieved from



[https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta\\_resdig\\_dig\\_ecomm\\_isoc\\_bde15cbc\\_ibank/bar/year:2021/geo:EU28,EU27\\_2020,EU25,EU15,BE,BG,CZ,DK,DE,EE,IE,EL,ES,FR,HR,IT,CY,LV,LT,LU,HU,MT,NL,AT,PL,PT,RO,SI,SK,FI,SE,IS,NO,CH,UK,ME,MK,AL,RS,TR,BA,XK/ind\\_type:F\\_I0\\_2/indic\\_is:I\\_IUBK/unit:PC\\_IND](https://eige.europa.eu/gender-statistics/dgs/indicator/ta_resdig_dig_ecomm_isoc_bde15cbc_ibank/bar/year:2021/geo:EU28,EU27_2020,EU25,EU15,BE,BG,CZ,DK,DE,EE,IE,EL,ES,FR,HR,IT,CY,LV,LT,LU,HU,MT,NL,AT,PL,PT,RO,SI,SK,FI,SE,IS,NO,CH,UK,ME,MK,AL,RS,TR,BA,XK/ind_type:F_I0_2/indic_is:I_IUBK/unit:PC_IND), Last Retrieved 21/11/2022

Eurostat (2018), Internet banking on the rise, Retrieved from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20180115-1>, Last Retrieved 21/11/2022

Fornell C. (1992), A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience, *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21

Granizo, C. J., Yanez, P. L., Ramirez, D. P., & Machado, P. C. (2011), Usability in E-government Sites, 2011 Eighth International Conference on Information Technology: New Generations, doi:10.1109/itng.2011.86

Grigoroudis, E. and Y. Siskos (2002), Preference disaggregation for measuring and analyzing customer satisfaction: The MUSA method, *European Journal of Operational Research*, 143 (1), 148-170.

Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2009), MUSA: Multicriteria Satisfaction Analysis, *International Series in Operations Research & Management Science*, 91–121. doi:10.1007/978-1-4419-1640-2\_4

Guion, L. A., Diehl, D. C., McDonald D. (2011), Conducting an In-Depth Interview, *EDIS* 2011(8), doi: 10.32473/edis-fy393-2011

Hill, N. (1996), *Handbook of customer satisfaction measurement*, Gower Publishing, Hampshire.

IEEE Std 1633™ (2008), Recommended Practice on Software Reliability. (n.d.), doi:10.1109/ieeestd.2008.4554206

Jacobi A., Jensen M. L., Linda K., Munnichs G., Weber A. (2013), Security of eGovernment Systems, Study. Commissioned by: European Parliament/STOA

Jacquet-Lagrange, E., and Siskos, J. (1982), Assessing a set of additive utility functions for multicriteria decision-making, the UTA method. *European Journal of Operational Research*, 10(2), 151–164.

Jokela, T., Iivari, N., Matero, J., & Karukka, M. (2003), The standard of user-centered design and the standard definition of usability, *Proceedings of the Latin American Conference on Human-Computer Interaction - CLIHC '03*, doi:10.1145/944519.944525

Karahanli, N., G., & Touma, J. (2021), Digitalization of the customer experience in banking - Use of AI and SSTs in complex/sensitive tasks, Master of Science Thesis, TRITA-ITM-EX 2021:133, KTH Industrial Engineering and Management Entrepreneurship and Innovation Management, SE-100 44 Stockholm, Sweden

Ling, G. M., Fern, Y. S., Boon, L. K., & Huat, T. S. (2016), Understanding Customer Satisfaction of Internet Banking: A Case Study In Malacca, *Procedia Economics and Finance*, 37, 80–85. doi:10.1016/s2212-5671(16)30096-x

Liu E., X. (2021), Stay Competitive in the Digital Age: The Future of Banks, IMF Working Paper, European Department, WP/21/46

Melnik Y. (2021), How to Create a Mobile Banking App: Key Steps, CHI Software: FinTech, Retrieved from: <https://chisw.com/blog/how-to-develop-banking-application/>, Last Retrieved 20/01/2023

Mentzas, G (1994), Information Systems Strategy for Electronic Banking: The Case of Countries in Reform, *International Journal of Information Management*, 74, (159-175)

Middleton, V. T. (1995), *Marketing in Travel and Tourism*, Oxford: Butterworth Heinemann, doi: 10.4324/9780080511108

Motorola (1995), *Customer Satisfaction Assessment Guide*, Motorola University Press.

Munford, A. G. (1977), Methods for Linear and Quadratic Programming. *Journal of the Operational Research Society*, 28(3), 755–756. doi:10.1057/jors.1977.156

Myers, M. D. (1997), Qualitative Research in Information Systems, *MIS Quarterly*, 21(2), 241. doi:10.2307/249422

Naumann, E. & Giel K. (1995), *Customer satisfaction measurement and management*, Thomson Executive Press, Cincinnati, ISBN: 0538844396

Newman, I., & Ridenour, C. (1998). Qualitative-quantitative research methodology: Exploring the interactive continuum, University of Dayton eCommons, Educational Leadership Faculty Publications

Oliver, R. L. (2010), Customer Satisfaction, *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, doi:10.1002/9781444316568.wiem03008

Palanisamy, R. & Mukerji B. (2014), Security and Privacy Issues in E-Government, *E-Government Service Maturity and Development: Cultural, Organizational and Technological Perspectives*, Chapter 13, 236-248, Publisher: IGI Global, doi:10.4018/978-1-60960-848-4.ch013

Perveen, M., Waheed, U., Waleed Kamran, M. (2016), Issues and Strategies of Reliability in Web Application, International Journal of Computer Applications, (0975 – 8887), Vol. 137 – No.11, doi: 10.5120/ijca2016908908

Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M.A. and Dahri, A.S. (2020), "Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model", The TQM Journal, Vol. 32 No. 6, pp. 1443-1466. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>

Rochimah, S., Rahmani, H. I., & Yuhana, U. L. (2015), Usability characteristic evaluation on administration module of Academic Information System using ISO/IEC 9126 quality model, 2015 International Seminar on Intelligent Technology and Its Applications (ISITIA), doi:10.1109/isitia.2015.7220007

Satheesh, M. K., & Samala, N. (2021), Applications of Artificial Intelligence on Customer Experience and Service Quality of the Banking Sector, International Management Review, Vol. 17, No. 1

Sathiyavany, N., & Shivany, S. (2018), E-Banking Service Qualities, E-Customer Satisfaction, and e-Loyalty: A conceptual Model, The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention, 5(6): 4808-4819, doi: 10.18535/ijsshi/v5i6.08

Santouridis, I., & Kyritsi, M. (2014). Investigating the Determinants of Internet Banking Adoption in Greece. Procedia Economics and Finance, 9, 501–510. doi:10.1016/s2212-5671(14)00051-3

Shevlin, R. (2020), The 5 Hottest Technologies In Banking For 2020, Forbes: Money: FinTech, Retrieved from: <https://www.forbes.com/sites/ronshevlin/2020/02/03/the-5-hottest-technologies-in-banking-for-2020/>, Last Retrieved 20/01/2023

Singh S. (2022), AI in Banking – How Artificial Intelligence is Used in Banks, Appinventiv, Retrieved from: <https://appinventiv.com/blog/ai-in-banking/amp/>, Last Retrieved 20/01/2023

Siskos, J., (1984), Analyse de systèmes de décision multicritère en univers aléatoire, Foundations of Control Engineering 8, 193-212.

Siskos, J. (1985), Analyses de régression et programmation linéaire, Révue de Statistique Appliquée, 23 (2), 41-55.

Siskos, Y., Yannacopoulos, D. (1985), UTASTAR: An ordinal regression method for building additive value functions, Investigaçao Operacional, 5 (1), 39-53

Siskos, E., Askounis, D., Psarras, J. (2014). Multicriteria decision support for global e-government evaluation. Omega, 46, 51–63. doi:10.1016/j.omega.2014.02.001

Siskos, Y., Grigoroudis, E., Matsatsinis, N. F. (2016), Multiple criteria decision analysis, 315-362

Skinner, D., Tagg, C., & Holloway, J. (2000). Managers and Research. *Management Learning*, 31(2), 163–179. doi:10.1177/1350507600312002

Speicher M. (2015), What is Usability? A Characterization based on ISO 9241-11 and ISO/IEC 25010, Technical Report, Report number: CSR-15-02 Affiliation: Technische Universität Chemnitz, Department of Computer Science, <https://www.researchgate.net/publication/272845573> What is Usability A Characterization based on ISO 9241-11 and ISO/IEC 25010

Tsitskari, E., Tsiotras, D., & Tsiotras, G. (2006), Measuring service quality in sport services, *Total Quality Management & Business Excellence*, 17(5), 623–631. doi:10.1080/14783360600588190

Turner, T. (2022, October 14), Banking, Annuity.org, Retrieved from: <https://www.annuity.org/personal-finance/banking/>, Last retrieved 06/12/2022

Vavra, T.G. (1997), Improving your measurement of customer satisfaction: A guide to creating, conducting, analyzing, and reporting customer satisfaction measurement programs, ASQC Quality Press, Milwaukee, ISBN-10: 0873894057

Usachev, D (2021), 4 Best Practices of Machine Learning Application in the Banking Sector, Retrieved from <https://fayrix.com/blog/machine-learning-in-banking#content>, Last Retrieved 16/01/2023

Woodruff, R.B. and S.F. Gardial (1996), Know your customer: New approaches to understanding customer value and satisfaction, Blackwell Publishers, Oxford, ISBN: 978-1-557-86553-3

Westbrook, R. A., Reilly, M. D. (1983), Value-Percept Disparity: An Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction, Bagozzi, R.P. and Tybout, A.M., Eds., *Advances in Consumer Research*, Association for Consumer Research, Ann Arbor, 256-261, doi: 10.4236/ojbm.2020.82027

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31, 31-46, doi:10.2307/1251929

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: Το ερωτηματολόγιο της έρευνας

Παρακάτω παρουσιάζεται το διαδικτυακό ερωτηματολόγιο της έρευνας, έτσι όπως κατασκευάστηκε σαν φόρμα Google (<https://bit.ly/banking-e>).



### Ηλεκτρονική Τραπεζική

Έρευνα ικανοποίησης πελατών από τις υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα.

Η παρούσα έρευνα αποτελεί μέρος της μεταπτυχιακής εργασίας της Χαραυγής Κουκιανάκη στα πλαίσια των απαιτήσεων των μεταπτυχιακών σπουδών στην Δημόσια Διοίκηση, του Τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης.

Θα σας είμαι ευγνώμων, εάν έχετε κάνει χρήση υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής, να αφιερώνετε λίγο χρόνο για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο είναι ΑΝΩΝΥΜΟ και η συμπλήρωσή του θα διαρκέσει λίγα λεπτά. Οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για εκπαιδευτικούς και ερευνητικούς σκοπούς.

Εάν έχετε οποιαδήποτε ερώτηση ή απορία στη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μου στο email: [ckoukianaki@isc.tuc.gr](mailto:ckoukianaki@isc.tuc.gr)

Σας ευχαριστώ για τη συμμετοχή σας.

 **xaravgi.k@gmail.com** (δεν κοινοποιήθηκε) 

[Εναλλαγή λογαριασμού](#)

[Επόμενο](#)

Σελίδα 1 από 5

[Εκκαθάριση φόρμας](#)



## Ηλεκτρονική Τραπεζική



xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)

[Εναλλαγή λογαριασμού](#)



\* Απαιτείται

### Δημογραφικά Στοιχεία

Φύλο \*



Άντρας



Γυναίκα

Ηλικία (σημειώστε την απάντησή σας αριθμητικά): \*

Η απάντησή σας

Οικογενειακή Κατάσταση \*



Άγαμος/η



Έγγαμος/η

[Πίσω](#)

[Επόμενο](#)

Σελίδα 2 από 5

Εκκαθάριση  
φόρμας





## Ηλεκτρονική Τραπεζική



xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)

[Εναλλαγή λογαριασμού](#)



\* Απαιτείται

### Εκπαίδευση / Σπουδές - Επαγγελματική Κατάσταση

Επίπεδο Εκπαίδευσης \*

- ☐ Απόφοιτος/η Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης (Δημοτικού)
- ☐ Απόφοιτος/η Γυμνασίου
- ☐ Απόφοιτος/η Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Λυκείου)
- ☐ Απόφοιτος/η Μεταδευτεροβάθμιας Επαγγελματικής Εκπαίδευσης/Κατάρτισης (ΙΕΚ, ΚΕΚ, κτλ)
- ☐ Απόφοιτος/η Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης
- ☐ Κάτοχος Μεταπτυχιακού Τίτλου
- ☐ Κάτοχος Διδακτορικού Τίτλου
- ☐ Άλλο: \_\_\_\_\_

Επάγγελμα \*

- ☐ Αγρότης
- ☐ Άνεργος
- ☐ Στρατιωτικός
- ☐ Δημόσιος Υπάλληλος
- ☐ Εισοδηματίας
- ☐ Ελεύθερος Επαγγελματίας
- ☐ Ιδιωτικός Υπάλληλος
- ☐ Μαθητής/Φοιτητής
- ☐ Οικιακά
- ☐ Συνταξιούχος
- ☐ Άλλο: \_\_\_\_\_

[Πίσω](#)

[Επόμενο](#)

Σελίδα 3 από 5

Εκκαθάριση  
φόρμας



## Ηλεκτρονική Τραπεζική



xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)

Εναλλαγή λογαριασμού



\* Απαιτείται

### Έρευνα Ικανοποίησης Πελατών

Ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες Ηλεκτρονικής Τραπεζικής χρησιμοποιείτε \* και πόσο συχνά;

	Σπάνια/Καθόλου	Λίγο (2-3 φορές/χρόνο)	Αρκετά (1-3 φορές/μήνα)	Πολύ (1-2 φορές/εβδομάδα)	Πάρα πολύ (πιο συχνά)
Ηλεκτρονικές πληρωμές και εμβάσματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Διαχείριση λογαριασμών και οι προθεσμιακές καταθέσεων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Διαχείριση δανείων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Διαχείριση ασφαλιστικών προϊόντων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Διαχείριση επενδυτικών προϊόντων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

Πίσω

Επόμενο

Σελίδα 4 από 5

Εκκαθάριση  
φόρμας





## Ηλεκτρονική Τραπεζική



karavgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)

[Εναλλαγή λογαριασμού](#)



\* Απαιτείται


### Μέσα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Ποια(-ες) από τα παρακάτω μέσα/πρακτικές ηλεκτρονικής τραπεζικής χρησιμοποιείτε περισσότερο;

- ☐ Web Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω διαδικτύου)
- ☐ Mobile Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω εφαρμογών κινητού τηλεφώνου)
- ☐ Phone Banking (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω τηλεφωνικής κλήσης)
- ☐ ATM (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω Μηχανήματος Αυτόματης Ανάληψης)
- ☐ APS (Ηλεκτρονική Τραπεζική μέσω Κέντρων Αυτόματων Συναλλαγών)
- ☐ POS (Ηλεκτρονική πληρωμές μέσω Μηχανήματος Πληρωμών)
- ☐ Όλα τα παραπάνω
- ☐ Τίποτε από τα παραπάνω



## Ηλεκτρονική Τραπεζική

 xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)  
Εναλλαγή λογαριασμού



\* Απαιτείται

### Μέτρηση Ικανοποίησης - Οδηγίες:

Στις ακόλουθες ερωτήσεις παρακαλώ σημειώστε σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος/η από τα χαρακτηριστικά των συστημάτων Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης που χρησιμοποιείτε (σημειώνοντας ΜΟΝΟ ΜΙΑ απάντηση σε κάθε σειρά), στην κλίμακα 1 έως 5 όπως φαίνεται παρακάτω:

- 1= «Πολύ δυσαρεστημένος/η»  
2= «Δυσαρεστημένος/η»  
3= «Ούτε δυσαρεστημένος/η - ούτε ικανοποιημένος/η»  
4= «Ικανοποιημένος/η»  
5= «Πολύ ικανοποιημένος/η»

### Ευχρηστία \*

	1	2	3	4	5
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ευκολία διεκπεραίωσης συναλλαγών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από το ποσοστό των συναλλαγών/εργασιών που μπορείτε να διεκπεραιώσετε μέσω Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ευκολία στο να πάρετε βοήθεια για την διεκπεραίωση μιας συναλλαγής Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ευχρηστία των συστημάτων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## Ηλεκτρονική Τραπεζική



karavgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)  
Εναλλαγή λογαριασμού



\* Απαιτείται

### Μέτρηση Ικανοποίησης - Οδηγίες:

Στις ακόλουθες ερωτήσεις παρακαλώ σημειώστε σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος/η από τα χαρακτηριστικά των συστημάτων Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης που χρησιμοποιείτε (σημειώνοντας ΜΟΝΟ ΜΙΑ απάντηση σε κάθε σειρά), στην κλίμακα 1 έως 5 όπως φαίνεται παρακάτω:

1= «Πολύ δυσαρεστημένος/η»

2= «Δυσαρεστημένος/η»

3= «Ούτε δυσαρεστημένος/η - ούτε ικανοποιημένος/η»

4= «Ικανοποιημένος/η»

5= «Πολύ ικανοποιημένος/η»

### Ασφάλεια και ιδιωτικότητα \*

	1	2	3	4	5
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την παρεχόμενη ασφάλεια στις συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από τις μεθόδους ασφάλειας (OTP, Viber, SMS ή push notification, i-code, κτλ ) στις συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την διασφάλιση των προσωπικών σας δεδομένων στις συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την παρεχόμενη ασφάλεια και ιδιωτικότητα των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## Ηλεκτρονική Τραπεζική

 xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)  
Εναλλαγή λογαριασμού




\* Απαιτείται

### Ανταπόκριση (Διεπικοινωνία) \*

	1	2	3	4	5
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από το χρόνο που απαιτείται για τη διεκπεραίωση μιας συναλλαγής μέσω υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την αμεσότητα ανταπόκρισης στα αιτήματα που υποβάλετε μέσω υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την απρόσκοπτη και χωρίς καθυστερήσεις λειτουργία των μέσων Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την ανταπόκριση (διεπικοινωνία) των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής; συναλλαγές Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συνολικά, πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την παρεχόμενη ασφάλεια και ιδιωτικότητα των υπηρεσιών Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



## Ηλεκτρονική Τραπεζική

 xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)  
Εναλλαγή λογαριασμού



\* Απαιτείται

### Αξιολογία \*

1 2 3 4 5

Πόσο  
ικανοποιημένος/η  
είστε από την  
ακρίβεια στην  
ικανοποίηση των  
αιτήματων που  
υποβάλετε μέσω  
υπηρεσιών  
Ηλεκτρονικής  
Τραπεζικής;

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Πόσο  
ικανοποιημένος/η  
είστε από το  
επίπεδο  
υπηρεσιών που  
παρέχεται μέσω  
της  
Ηλεκτρονικής  
Τραπεζικής;

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Πόσο  
ικανοποιημένος/η  
είστε από την  
εμπιστοσύνη που  
νιώθετε στις  
υπηρεσίες  
Ηλεκτρονικής  
Τραπεζικής;

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Συνολικά, πόσο  
ικανοποιημένος/η  
είστε από την  
αξιολογία των  
υπηρεσιών  
Ηλεκτρονικής  
Τραπεζικής;

☐ ☐ ☐ ☐ ☐





## Ηλεκτρονική Τραπεζική

 xaravgi.k@gmail.com (δεν κοινοποιήθηκε)  
Εναλλαγή λογαριασμού



\* Απαιτείται

### ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ \*

1 2 3 4 5

Πόσο  
ικανοποιημένος/η  
είστε συνολικά  
από τις  
υπηρεσίες  
Ηλεκτρονικής  
Τραπεζικής;

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Ποια πιστεύετε ότι είναι τα θετικά, της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;

Η απάντησή σας

Ποια πιστεύετε ότι είναι τα αρνητικά στοιχεία - ελλείψεις, της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής;

Η απάντησή σας

Πως πιστεύετε ότι θα μπορούσε να αναβαθμιστεί η Ηλεκτρονική Τραπεζική;

Η απάντησή σας

Πίσω

Υποβολή

Σελίδα 5 από 5

Εκκαθάριση  
φόρμας