



ΔΙΕΘΝΕΣ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

ΤΙΤΛΟΣ

Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες ως εργαλείο ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στην
Τράπεζα Πειραιώς.



ΑΝΤΩΝΙΑΔΟΥ ΙΩΑΝΝΑ
ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : Δρ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ

ΣΕΡΡΕΣ 2023

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος της παρούσας μεταπτυχιακής εργασίας είναι η διερεύνηση της σημασίας του ψηφιακού μετασχηματισμού με άξονα τον τραπεζικό κλάδο καθώς και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται από αυτόν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στα πλαίσια της παγκόσμιας ανταγωνιστικότητας όλων των επιχειρήσεων. Η εργασία χρησιμοποιεί την Τράπεζα Πειραιώς ως περίπτωση μελέτης και ειδικότερα εξετάζει τις απόψεις των τραπεζικών υπαλλήλων της συγκεκριμένης τράπεζας για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται. Η εργασία χρησιμοποιεί δομημένα ερωτηματολόγια σε δείγμα 122 εργαζομένων και αναλύει τα δεδομένα με το στατιστικό μοντέλο Jasp. Τα αποτελέσματα της έρευνας υποδεικνύουν την σημαντικότητα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της τράπεζας αναφορικά με την εξοικονόμηση χρόνου και οικονομίας για την λειτουργία της τράπεζας όπως επίσης επιβεβαιώνουν και την ανάγκη για ψηφιακό μετασχηματισμό του συγκεκριμένου κλάδου. Επίσης, σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας η μόνη αμφισημία που υπάρχει είναι γύρω από την ασφάλεια των ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

ΛΕΞΕΙΣ-ΚΛΕΙΔΙΑ: ψηφιακός μετασχηματισμός, τραπεζικός κλάδος, ηλεκτρονικές υπηρεσίες, Τράπεζα Πειραιώς

ABSTRACT

The aim of the particular dissertation is to examine the importance of digital transformation in the bank system as well as the importance of electronic services which are used as a competing advancement in the context of the universal competition of all businesses. The paper uses the Bank of Piraeus as a case study and specifically examines the opinions of bank clerks of the particular bank about the electronic services which are used. The paper uses structured questionnaire in a sample of 122 clerks and analyses the data with the statistical model Jasp. The results of the research indicate the significance of bank electronic services in relation to time and economy for the function of the bank as well as reassure the need for digital transformation of the particular area. Also, according to the findings of the research the only ambiguity which appears is the safety of electronic services.

KEY WORDS: digital transformation, banking industry, electronic services, Piraeus Bank

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ABSTRACT.....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ.....	8
1.1. Η έννοια του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.....	8
1.3. Ιστορική αναδρομή του ψηφιακού μετασχηματισμού.....	10
1.4. Οφέλη του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.....	11
1.5 Προκλήσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού.....	12
1.6. Νέες προοπτικές.....	14
1.7. Η σημασία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ.....	15
2.1. Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	16
2.2. Εφαρμογές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	18
2.3. Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	19
2.4. Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής.....	20
2.5. E-Banking/Mobile Banking.....	21
2.6. Automatic Payment System (APS).....	23
2.7. Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ΑΤΜ).....	24
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ.....	26
3.1. Η Τράπεζα Πειραιώς.....	26
3.2. Καθημερινές Συναλλαγές.....	27
3.3. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες.....	29
3.4. Ειδικές Τραπεζικές Υπηρεσίες.....	30
3.5. Πράσινη Τραπεζική.....	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	33
4.1. Αντικείμενο και Στόχος της Έρευνας.....	33
4.2. Μεθοδολογία Έρευνας.....	34
4.3. Ερευνητικό εργαλείο.....	34
4.4. Δείγμα.....	36
4.5. Εγκυρότητα και Αξιοπιστία της Έρευνας.....	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ.....	38
5.1. Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων.....	38
5.2. Ανάλυση Ερωτηματολογίου: Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες.....	42

5.2.1. E-Banking.....	42
5.2.2. Automatic Payment System (APS).....	48
5.2.3 Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM).....	52
5.3. Παράγοντες Σημαντικότητας για Χρήση Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών.....	57
5.4. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες της Τράπεζας Πειραιώς.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ:ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	74
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	78

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των τραπεζών αποτελεί μια νέα πραγματικότητα και σημαντικά ψηφιακά επιτεύγματα έχουν σημειωθεί μέχρι σήμερα. Η ηλεκτρονική τραπεζική στηρίζεται σε δυο πυλώνες: από την μια στις τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνίας, οι οποίες και οδήγησαν την οικονομία και την κοινωνία εκεί που είναι σήμερα μέσα από την αυτοματοποίηση και την ψηφιοποίηση και από την άλλη στην καινοτομία η οποία αξιοποιεί την τεχνολογία επηρεάζοντας την επίδοση των επιχειρήσεων και κατ'επέκταση των ίδιων των κρατών. Η μετατροπή του τραπεζικού καταστήματος σ' ένα κανάλι συναλλαγών με στόχο τη μείωση των λειτουργικών του δαπανών γίνεται μέσω διαφόρων ηλεκτρονικών υπηρεσιών όπως είναι το e-banking και το Automatic Payment System (APS) τα οποία λειτουργούν ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στα πλαίσια του ψηφιακού τραπεζικού μετασχηματισμού (Πολλάλης και Γιανακόπουλος, 2007).

Στόχος της παρούσας εργασίας αποτελεί η διερεύνηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον τραπεζικό κλάδο. Αναλυτικότερα, εξετάζονται οι απόψεις και οι στάσεις των εργαζομένων της Τράπεζας Πειραιώς για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες στις πόλεις των Σερρών και της Θεσσαλονίκης .

Η δομή της εργασίας στηρίζεται πάνω σε δυο μέρη: το θεωρητικό και το εμπειρικό μέρος. Αρχικά, το θεωρητικό μέρος περιλαμβάνει τα τρία πρώτα κεφάλαια και το εμπειρικό μέρος εστιάζει στην ερευνητική προσέγγιση της εργασίας. Συγκεκριμένα, το πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζει την εννοιολογική και θεωρητική προσέγγιση του ψηφιακού μετασχηματισμού. Εστιάζει στα βασικά δομικά στοιχεία που συντελούν την διαδικασία του ψηφιακού μετασχηματισμού, αναλύει τα θετικά αποτελέσματα και τις προκλήσεις καθώς και τις νέες προοπτικές που προκύπτουν από τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Στο δεύτερο κεφάλαιο εξετάζεται η ηλεκτρονική τραπεζική και οι αλλαγές που έχουν επιφέρει οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών στον τραπεζικό κλάδο. Επίσης, αναλύονται οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούνται όπως το E-banking, Automatic Payment System και τα Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM) ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των τραπεζών. Στο ίδιο κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής σε επιχειρησιακό και πελατειακό επίπεδο. Η περίπτωση μελέτης της Τράπεζας Πειραιώς αναλύεται στο τρίτο κεφάλαιο εξετάζοντας τις δυνατότητες της συγκεκριμένης τράπεζας σε επίπεδο ηλεκτρονικών

συναλλαγών. Αναλύεται η ανταγωνιστική στρατηγική που ακολουθεί η συγκεκριμένη τράπεζα μέσα από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που διαθέτει. Τέλος, η ερευνητική προσέγγιση την οποία αποτελούν τα δυο τελευταία κεφάλαια της εργασίας, στοχεύει στην αποτύπωση της εικόνας από την πλευρά των υπαλλήλων της Τράπεζας Πειραιώς, σχετικά με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και το τι προσφέρουν στον τραπεζικό κλάδο αναφορικά με την λειτουργικότητα και την αποτελεσματικότητά του.

Η θεωρητική προσέγγιση της εργασίας στηρίχθηκε στην βιβλιογραφική ανασκόπηση τόσο της ελληνικής όσο και της ξενόγλωσσας βιβλιογραφίας και αρθρογραφίας ενώ η ερευνητική προσέγγιση στηρίχθηκε στην ποσοτική μέθοδο και την ανάλυση πρωτογενών δεδομένων αναφορικά με το υπό μελέτη θέμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

Το παρόν κεφάλαιο εξετάζει την έννοια και την σημασία του ψηφιακού μετασχηματισμού για τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Περαιτέρω, αναλύει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα όπως επίσης και τα εμπόδια που παρουσιάζονται στα πλαίσια της ψηφιακής ωριμότητας των επιχειρήσεων. Επίσης, το κεφάλαιο εστιάζει στην έννοια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και αναλύει τον ψηφιακό μετασχηματισμό με γνώμονα το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που πιθανόν να προσφέρει.

1.1. Η έννοια του Ψηφιακού Μετασχηματισμού

Η κυριαρχία των συνεχώς αναδυόμενων τεχνολογικών σε όλα τα επίπεδα κοινωνικής και οικονομικής ζωής του ανθρώπου χαρακτηρίζει έντονα τις σύγχρονες κοινωνίες και την σύγχρονη εποχή. Η καθημερινότητα των ανθρώπων έχει αλλάξει όχι μόνο στον προσωπικό τομέα αλλά και στις δομές των επιχειρήσεων και των οργανισμών που χρησιμοποιούν (Γεωργόπουλος κ.α., 2013).

Σ ένα γενικότερο πλαίσιο, ο ψηφιακός μετασχηματισμός αφορά την διαδικασία ενσωμάτωσης της ψηφιακής τεχνολογίας στις επιχειρήσεις και την προσαρμογή τους σ' αυτή τη μετάβαση. Η χρήση της τεχνολογίας εστιάζει στην ριζική αλλαγή του τρόπου διαχείρισης, λειτουργίας και εξυπηρέτησης που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και δίνεται έμφαση στον τρόπο που αυτή ενσωματώνεται σε όλους τους τομείς μιας επιχείρησης (Γεωργόπουλος κ.α., 2013).

Η ψηφιακή εποχή οδηγεί τις επιχειρήσεις στον εντοπισμό ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος προκειμένου να μπορούν να εξασφαλίσουν την μακροχρόνια επιβίωσή τους στην παγκόσμια αγορά αφήνοντας πίσω τόσο τον παραδοσιακό τρόπο σκέψης όσο και τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας τους (Γεωργόπουλος κ.α., 2013).

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν αφορά μια στατική και παθητική διαδικασία αλλά αντίθετα επρόκειτο για μια εξελικτική διαδικασία που παρουσιάζει μια συνεχή εξελισσόμενη πορεία η οποία για να επιτευχθεί χρειάζεται ένα όραμα. Επίσης, πρόκειται για μια ολιστική προσπάθεια εκ μέρους των επιχειρήσεων και των οργανισμών που την υιοθετούν και όχι για μια μεμονωμένη και αποσπασματική κατάσταση (Γεωργόπουλος κ.α., 2013).

Ο τρόπος χρήσης των ψηφιακών εργαλείων αποτελεί κεντρικό σημείο του ψηφιακού μετασχηματισμού καθώς το πώς θα χρησιμοποιηθούν για να δώσουν προστιθέμενη αξία στον πελάτη είναι αυτό που θα ξεχωρίσει την εκάστοτε επιχείρηση και τον εκάστοτε οργανισμό (Γεωργόπουλος κ.α., 2013).

Περαιτέρω, ο ψηφιακός μετασχηματισμός δεν αφορά μόνο ένα τμήμα ή ένα μέρος της επιχείρησης αλλά αντίθετα αφορά όλη την δομή της, από την ηγεσία, την καινοτομία, τον πελάτη, τους εργαζομένους και τις παραγωγικές διαδικασίες. Επομένως, για κάθε επιχείρηση ο ψηφιακός μετασχηματισμός μεταφράζεται διαφορετικά αν αναλογιστεί κανείς ότι όλα τα παραπάνω δεν είναι ίδια για κάθε επιχείρηση. Περιλαμβάνοντας την οργανωσιακή κουλτούρα και την στρατηγική οι οποίες είναι διαφορετικές για κάθε επιχείρηση γίνεται εξίσου αντιληπτή η προσπάθεια προσαρμογής της κάθε επιχείρησης στον ψηφιακό μετασχηματισμό. Με άλλα λόγια, κάθε επιχείρηση αναλογίζεται την κατάλληλη αξιοποίηση των ψηφιακών μέσων και την χρήση τεχνολογιών που θα της προσδώσουν το δικό της ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Turban et al., 2011).

Σ αυτά τα πλαίσια, η Ευρωπαϊκή Ένωση θέτει ως βασική προτεραιότητα την διαμόρφωση κατάλληλων πολιτικών με γνώμονα την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην Ευρώπη προκειμένου να δημιουργηθούν νέες ευκαιρίες τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές. Επίσης, η Ευρωπαϊκή Ένωση ορίζει τον ψηφιακό μετασχηματισμό ως το αντίκτυπο που έχουν οι ψηφιακές τεχνολογίες στην ίδια την κοινωνία και βάση αυτού στηρίζει τον ψηφιακό μετασχηματισμό ως κομμάτι της πράσινης μετάβασης που αποσκοπεί στην κλιματική ουδετερότητα μέχρι το 2050. Επιδιώκει λοιπόν, την κατάρτιση των εργαζομένων και την στήριξη των επιχειρήσεων για την αξιοποίηση της ψηφιοποίησης των ιδιωτικών και των δημόσιων υπηρεσιών

(<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20210414STO02010/diamorfosi-psifiakou-metashchimatismou-epexigisi-tis-stratigikis-tis-ee>).

Συμπερασματικά, με τον όρο ψηφιακό μετασχηματισμό συμπεριλαμβάνουμε όλες τις αλλαγές που υιοθετεί μια κοινωνία προκειμένου να αξιοποιήσει ορθά και αποτελεσματικά τα ψηφιακά μέσα και τις νέες τεχνολογίες προς όφελός της. Πρόκειται εξίσου και για μια πολιτιστική αλλαγή με στόχο μια καινούργια ψηφιακή πορεία του οικοσυστήματος ώστε να διαμορφωθούν νέα μέτρα και σταθμά αλλά πάντα σε σχέση με τον ανθρώπινο παράγοντα

(<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20210414STO02010/diamorfosi-psifiakou-metaschimatismou-epexigisi-tis-stratigikis-tis-ee>).

1.3. Ιστορική αναδρομή του ψηφιακού μετασχηματισμού

Προκειμένου οι κοινωνίες να φτάσουν σ αυτό που ονομάζουμε Ψηφιακός Μετασχηματισμός και Ψηφιακή Εποχή, συνέβησαν ορισμένα σημαντικά ιστορικά γεγονότα που συνετέλεσαν στην μετάβαση του Ψηφιακού Μετασχηματισμού.

Αρχικά, η Μηχανική Ενέργεια που ήταν αποτέλεσμα της Ενέργειας του Νερού και της Ενέργειας του Ατμού, αποτέλεσε την Πρώτη Βιομηχανική Επανάσταση που συνέβη στην Ευρώπη και στην Αμερική κατά τον 18ο και 19ο αιώνα (Παπαδάκης, 2012).

Στην συνέχεια, η Δεύτερη Βιομηχανική Επανάσταση ήταν αποτέλεσμα της Ηλεκτρικής Ενέργειας η οποία παρείχε μαζική παραγωγή προϊόντων πάνω σε Γραμμές Παραγωγής (Παπαδάκης, 2012).

Η Τρίτη Βιομηχανική Επανάσταση ή αλλιώς Ψηφιακή ξεκινάει στις αρχές του 1980 όπου οι τεχνολογίες, η πληροφορική και η αυτοματοποίηση μέσω της ηλεκτρονικής βγαίνει στο προσκήνιο. Στη ζωή των ανθρώπων εμφανίζεται ο σύγχρονος ηλεκτρονικός υπολογιστής και το διαδίκτυο τα οποία χρησιμοποιούνται τόσο στην προσωπική ζωή των ατόμων όσο και στην επαγγελματική. Η οικονομία αρχίζει να στηρίζεται στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και στην ενσωμάτωση λογισμικών τα οποία αποτελούν τα βασικά πλέον εργαλεία για τον επιχειρηματικό κόσμο (Παπαδάκης, 2012).

Η συνεχής εξέλιξη της τεχνολογίας οδήγησε στην άμεση, γρήγορη και εύκολη πρόσβαση σε διεθνείς πληροφορίες καθώς και στην αυτοματοποίηση διάφορων μορφών παραγωγής πράγμα που βοήθησε στην εμφάνιση του δεύτερου ψηφιακού μετασχηματισμού. Ο Δεύτερος Ψηφιακός Μετασχηματισμός τοποθετείται χρονικά από το 2000 και μετά και σχετίζεται με την κινητή τηλεφωνία, τα κοινωνικά δίκτυα, την διάσταση 3D και τα φυσικά συστήματα του κυβερνοχώρου. Κατά τον δεύτερο ψηφιακό μετασχηματισμό, η εταιρική κουλτούρα άλλαξε καθώς ο τρόπος οργάνωσης της αγοράς και των επιχειρήσεων μετεβλήθη μέσα από την διεθνοποίηση της παραγωγής και της διανομής προϊόντων και υπηρεσιών. Η μαζική παραγωγή και η ευρεία χρήση των λογισμικών κυκλωμάτων χαρακτηρίζει την συγκεκριμένη

επανάσταση. Παράλληλα, έχει επέλθει και ο Τρίτος Ψηφιακός Μετασχηματισμός με την εξάπλωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (Accenture, 2017).

Σήμερα βρισκόμαστε μπροστά σε μια Τέταρτη Βιομηχανική Επανάσταση βασισμένη στην Νανοτεχνολογία η οποία έχει δημιουργήσει μια σειρά από τεχνολογίες νέας γενιάς όπως τις Τεχνολογίες Ρομποτικής (Robotics), το υπολογιστικό νέφος (Cloud Computing), τη Συμπίεση Δεδομένων (Data Compression), κ.α. (Accenture, 2017).

Γενικά η Ψηφιακή Επανάσταση στηρίζεται σε εξελεγχόμενες ευφυείς συσκευές οι οποίες παράγονται μαζικά και χρησιμοποιούνται από την πλειοψηφία του κόσμου. Η κινητήρια δύναμη της Ψηφιακής Επανάστασης αποτελεί η συνδεσιμότητα η οποία δημιουργεί σημαντικές εξελίξεις στην ζωή όλων (Accenture, 2017).

1.4. Οφέλη του Ψηφιακού Μετασχηματισμού

Σε μια εποχή ταχέως αυξανόμενου ανταγωνισμού και ζήτησης, οι σημερινές επιχειρήσεις καλούνται να ανταπεξέλθουν και να προσαρμοστούν στα νέα δεδομένα. Πλέον, ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι κομμάτι της σύγχρονης επιχείρησης και έχει ενσωματωθεί σχεδόν σε κάθε λειτουργία και σε κάθε επίπεδο της.

Αναφορικά με τα οφέλη των επιχειρήσεων μέσα από την δεκτικότητα τους στην μετατροπή σε ψηφιακή μορφή παρουσιάζονται τα εξής:

- Παροχή πληροφοριών για την ενημέρωση λήψης αποφάσεων σε πραγματικό χρόνο. Ενώ πριν η διαδικασία αξιολόγησης της απόδοσης χρειαζόταν να συγκεντρώσει πρώτα τα στοιχεία και στην συνέχεια να επεξεργαστούν, τώρα μέσω εξελεγχόμενων μοντέλων οι επιχειρήσεις βλέπουν σε πραγματικό χρόνο τα δεδομένα και ταυτόχρονα τα αναλύουν προκειμένου να ληφθούν οι βέλτιστες αποφάσεις την ίδια στιγμή.
- Βελτίωση της αποδοτικότητας και της παραγωγικότητας. Όλες οι σύγχρονες συσκευές τεχνητής νοημοσύνης βοηθούν σε πιο παραγωγικές και αποδοτικές ροές εργασίας μέσα από την συνεχή μετάδοση των δεδομένων και τις αναφορές απόδοσης.
- Βελτίωση της “εμπειρίας πελάτη”. Η πρόσβαση στα δεδομένα σε πραγματικό χρόνο και τα εξατομικευμένα προγράμματα υπηρεσιών, βοηθούν στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και την αφοσίωση τους.

- Προώθηση της καινοτομίας του επιχειρηματικού μοντέλου. Η καινοτομία αποτελεί μέσο δημιουργίας αξίας και οι επιχειρήσεις χρειάζεται να εκσυγχρονίσουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα για να ικανοποιήσουν τους πελάτες τους. Η καινοτομία αφορά την ανάπτυξη αυτοματοποιημένων διαδικασιών σε μοντέλα πληρωμών και υπηρεσιών.
- Ισχυρή και ανταγωνιστική εταιρική ανάπτυξη. Οι νέοι τρόποι σύνδεσης και συνεργασίας μέσα από την ψηφιοποίηση των δραστηριοτήτων βοηθούν στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, στην προσέλκυση νέων πελατών αλλά και διατήρηση των παλιών και στην ενίσχυση της κερδοφορίας.
- Ενθάρρυνση της “ευκινησίας”. Οι κρίσεις που συμβαίνουν στον επιχειρηματικό κόσμο σε πολιτικό, οικονομικό και αγοραστικό επίπεδο, οδηγούν τις επιχειρήσεις προς αναζήτηση της ευκινησίας τους ώστε να προβλέπουν αλλαγές και ευκαιρίες της αγοράς και να εξοπλίζονται κατάλληλα για να διατηρούν την δύναμη τους (Thompson et al., 2010).

1.5 Προκλήσεις Ψηφιακού Μετασχηματισμού

Η διατήρηση και η εξέλιξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των επιχειρήσεων είναι άμεσα συνδεδεμένες με την έννοια της ψηφιοποίησης. Από τις αρχές του 2021, το 80% των επιχειρήσεων έχουν μετασχηματιστεί ψηφιακά ή είναι εξ ολοκλήρου ψηφιακές. Παρόλα αυτά, εντοπίζονται ορισμένες προκλήσεις-εμπόδια κατά την διαδικασία της ψηφιοποίησης των επιχειρήσεων όπως για παράδειγμα η σχετική εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, η αναμόρφωση του επιχειρησιακού και λειτουργικού μοντέλου, ο ανασχηματισμός των διαδικασιών, καθώς επίσης και η πιθανότητα αντίστασης στο νέο περιβάλλον. Τέτοιου είδους προκλήσεις πρέπει να αντιμετωπιστούν για την καλύτερη δυνατή προσαρμογή τόσο σε επίπεδο συσκευών όσο και σε επίπεδο ανθρώπινου δυναμικού.

Αναλυτικότερα ως προκλήσεις αξιολογούνται (Thompson et al., 2010).

- Η μεταβαλλόμενη εμπειρία των πελατών

Ο τρόπος με τον οποίο ο πελάτης βιώνει την εμπειρία από ένα φυσικό κατάστημα όσο και από ένα ψηφιακό εκτιμάται ανάλογα και διαφορετικά για τον καθένα. Μια άσχημη πελατειακή εμπειρία δρα αρνητικά για την εικόνα και την

γενικότερη επιβίωση μιας επιχείρησης και επομένως η σωστή αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών βοηθά στην δημιουργία μιας ξεχωριστής εμπειρίας των πελατών για την ικανοποίηση των αναγκών και των προτιμήσεών τους.

- Έλλειψη οράματος και ώθησης.

Απέναντι στην υιοθέτηση των αναδυόμενων τεχνολογιών υπάρχει συχνά μια επιφυλακτικότητα και από την μεριά τη ηγεσίας. Η έλλειψη πρωτοποριακών προσεγγίσεων οδηγεί στην έλλειψη αντίληψης των ευκαιριών η οποία μπορεί να είναι συνέπεια της μη γνώσης των σύγχρονων τεχνολογιών από τους ηγέτες. Επομένως, η ώθηση των ηγετών προς υιοθέτηση νέων ψηφιακών εργαλείων αφορά μια ακόμα πρόκληση που πρέπει να αντιμετωπίσει ο ψηφιακός μετασχηματισμός.

- Έλλειψη ψηφιακών δεξιοτήτων.

Ένα σημαντικό εμπόδιο τόσο δεκτικότητας όσο και προσαρμοστικότητας του ψηφιακού μετασχηματισμού, αποτελεί η έλλειψη ικανοτήτων, δεξιοτήτων αλλά και η έλλειψη της κατάλληλης τεχνογνωσίας για τα νέα τεχνολογικά και ψηφιακά μέσα. Ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ο πυλώνας λειτουργίας μιας επιχείρησης και χρειάζεται η στήριξή του για την ομαλή μετάβαση στην ψηφιακή εποχή. Επίσης, το ανθρώπινο δυναμικό αισθάνεται ότι απειλείται εξαιτίας της μη ικανότητάς του να ανταπεξέλθει στην αλλαγή, πράγμα που επιφέρει αρνητικά αποτελέσματα στην οργανωτική δομή και την εταιρική κουλτούρα της επιχείρησης. Η ανάγκη επαρκούς κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού, η παροχή κατάλληλου τεχνολογικού εξοπλισμού αλλά και η πρόσληψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού αποτελούν βασικές προκλήσεις στην προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού των επιχειρήσεων.

- Προσαρμογή της επιχειρησιακής κουλτούρας.

Σημαντική πρόκληση για την υιοθέτηση και την εφαρμογή του ψηφιακού μετασχηματισμού αποτελεί η προσαρμογή και ο ανασχηματισμός της επιχειρησιακής κουλτούρας προς αυτήν την κατεύθυνση. Αυτό θα βοηθήσει στην αποδοχή των μεταβολών στην οργάνωση, τη δομή και τη λειτουργία της επιχείρησης, συντελώντας στην ομαλή ένταξη του ανθρώπινου δυναμικού της.

- Αποτυχία διαχείρισης ψηφιακού μετασχηματισμού.

Η αδυναμία συντονισμού και οργάνωσης ορισμένων επιχειρησιακών τμημάτων δεν βοηθούν στην ανάπτυξη και εκτέλεση της ψηφιοποίησης, γεγονός που οδηγεί στην αποτυχία διαχείρισης όλης της διαδικασίας. Προκειμένου να επέλθει εταιρική επιτυχία απαιτείται κατάλληλη στρατηγική, επαναξιολόγηση της εργασιακής ροής και

επαναπροσδιορισμός των καθηκόντων προκειμένου να τροποποιηθεί η εταιρική κουλτούρα και να βελτιωθεί η συνολική επιχειρηματική λειτουργία μέσα από τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

1.6. Νέες προοπτικές

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός έχει γίνει οδηγός για τις εσωτερικές και εξωτερικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Νέες προοπτικές με την χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών έχουν ανοίξει σε όλες τις πτυχές της κοινωνίας, της κυβέρνησης, των μέσω μαζικής ενημέρωσης, της υγειονομικής περίθαλψης, της επιστήμης κ.α. Οι αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων μέσω της ψηφιοποίησης έχει οδηγήσει σε νέες ευκαιρίες και εξελίξεις δημιουργώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, αξία στους πελάτες και τις ίδιες τις επιχειρήσεις (Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, χ.χ.).

Σ ένα πρώτο επίπεδο, η επιχείρηση ενισχύει το εξαγωγικό της προφίλ τόσο αναφορικά με τις δράσεις που ολοκληρώνουν τις επιχειρησιακές διαδικασίες αλλά και την διεκπεραίωση των εξαγωγών και των εισαγωγών στο σύστημά της. Σ ένα δεύτερο επίπεδο, δημιουργούνται οι κατάλληλες συνθήκες αύξησης της αναγνωρισιμότητας και της εμπιστοσύνης στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες και τα διαδικτυακά περιβάλλοντα του ψηφιακού επιχειρείν τόσο του ελληνικού όσο και του διεθνές. (Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, χ.χ.).

Ακόμη, νέες προοπτικές απλώνονται με την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει η ευρωπαϊκή στρατηγική αναφορικά με την παροχή υπηρεσιών και την πώληση αγαθών στην Ενιαία Ψηφιακή Αγορά (Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, χ.χ.).

Η διευκόλυνση διασυνοριακών συναλλαγών, οι υπηρεσίες οπτικοακουστικών μέσων για την απλούστευση των πρακτικών της ψηφιοποίησης, η μείωση του χρόνου και του κόστους των συναλλαγών αποτελούν μερικές ακόμη προοπτικές απέναντι στον ψηφιακό μετασχηματισμό και οι οποίες μπορούν να αναπτύξουν και να εξελίξουν ανταγωνιστικά κάθε είδους επιχείρηση είτε στον δημόσιο είτε στον ιδιωτικό τομέα (Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, χ.χ.).

1.7. Η σημασία του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Για να θεωρηθεί ότι μια επιχείρηση διαθέτει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σημαίνει ότι οι αποδόσεις της ξεπερνούν τις αποδόσεις του μέσου όρου του κλάδου στον οποίο ανήκει. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μπορεί να αποδοθεί με διάφορους τρόπους και ορισμένες φορές μέσω των τεχνολογικών εξελίξεων. Η παγίδα με την τεχνολογία έγκειται στο γεγονός ότι οι ανταγωνιστές μπορούν να αντιγράψουν το τεχνολογικό περιβάλλον ή ακόμη να προχωρήσουν σε ένα πιο βελτιωμένο. Η καινοτομία επομένως, είναι απαραίτητη για την δημιουργία ενός ανταγωνιστικού περιβάλλοντος σε συνδυασμό με την κοινωνική σημασία που μπορεί να προσδίδεται σε αυτό, προκειμένου να ανταποκριθούν οι επιχειρήσεις στα συναισθήματα που συχνά καθοδηγούν τους πελάτες (Παπαδάκης, 2007).

Ο αποτελεσματικός σχεδιασμός βάσει συγκεκριμένου οργανωμένου στρατηγικού σχεδίου με στόχο την ισορροπία των δυνάμεων και των αδυναμιών του εσωτερικού περιβάλλοντος μιας επιχείρησης αλλά και την εξισορρόπηση των ευκαιριών και των απειλών του εξωτερικού περιβάλλοντος δημιουργεί τις συνθήκες εκείνες για ένα διαρκές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (Παπαδάκης, 2007).

Βασικό ζητούμενο κάθε επιχείρησης είναι η δημιουργία ενός αιεφόρου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος τέτοιο ώστε να δημιουργείται μια εξαιρετική αξία στους πελάτες και συνεπώς κέρδη για την επιχείρηση. Στα σύγχρονα δυναμικά περιβάλλοντα της παγκοσμιοποίησης, η κάθε επιχείρηση χρειάζεται στοιχεία διαφορετικότητας και μοναδικότητας για να αναβαθμιστεί και τα στοιχεία αυτά προκύπτουν μέσα από το “Σχεδίαση-Ποιότητα-Περιβάλλον”. Στο συγκεκριμένο τρίπτυχο δίνεται έμφαση στην τεχνολογική λειτουργικότητα των λύσεων και του τρόπου εξυπηρέτησης και επομένως στις μεγάλες τεχνολογικές καινοτομίες που μπορεί να προσφέρει ο ψηφιακός μετασχηματισμός (Βλαχοπούλου – Δημητριάδης και Δημητριάδης, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Στο δεύτερο κεφάλαιο της εργασίας παρουσιάζεται η σχέση του ψηφιακού μετασχηματισμού με τον τραπεζικό κλάδο. Αναλυτικότερα, το κεφάλαιο εστιάζει στην στρατηγική του τραπεζικού συστήματος να επενδύσει στα ψηφιακά μέσα και αναλύονται ηλεκτρονικές υπηρεσίες όπως το e-banking, Automatic Payment System και τα Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM) στα πλαίσια του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος που αναζητούν οι τράπεζες. Τέλος, αναφέρονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής αλλά και οι προκλήσεις της ανταγωνιστικότητας του συγκεκριμένου κλάδου.

2.1. Ηλεκτρονική Τραπεζική

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός ήταν φυσικό και επακόλουθο να επηρεάσει την οικονομία και κατ'επέκταση τον τραπεζικό κλάδο. Η Ηλεκτρονική Τραπεζική αποτελεί έναν συνδυασμό τόσο της παραδοσιακής λειτουργίας της τραπεζικής όσο και του εκσυγχρονισμού της μέσα από ηλεκτρονικά συστήματα τα οποία συμβάλλουν στην μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης των συναλλαγών, στην αύξηση της παραγωγικότητας, στην μείωση των λειτουργικών εξόδων κ.τ.λ. (Πετράκης, 2000).

Οι τάσεις που επικράτησαν στο τραπεζικό περιβάλλον με το πέρασμα του χρόνου δημιούργησαν τις συνθήκες εκείνες για ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών, την ανάπτυξη του ανταγωνισμού και την διεθνοποίηση των αγορών. Επομένως, η σύγχρονη τεχνολογία λειτούργησε ως το μέσο για την διασύνδεση των χρηματοπιστωτικών πληροφοριακών συστημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο με στόχο την συνεχή λειτουργία του οικονομικού συστήματος (Πετράκης, 2000).

Οι τράπεζες προσαρμόστηκαν στην παραπάνω φιλοσοφία και ακολούθησαν τον δρόμο της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Ειδικότερα, ο στρατηγικός σχεδιασμός του τραπεζικού κλάδου βασίστηκε στην σταδιακή υποχώρηση του κράτους από την αγορά, στην κατάργηση συναλλαγματικών ελέγχων και στην επέκταση της χρήσης της τεχνολογίας. Από την μια μεριά μεγάλωσε η πίεση λόγω του εξωτερικού ανταγωνισμού μεταξύ άλλων τραπεζών και από την άλλη μεριά αυξήθηκε η ανάγκη για μείωση των λειτουργικών εξόδων με ταυτόχρονη πίεση για αναβάθμιση των

υπηρεσιών στο εσωτερικό της τράπεζας με αποτέλεσμα την υιοθέτηση της τεχνολογίας (Πετράκης, 2000).

Η χρήση της τεχνολογίας διακλαδώθηκε σε δυο άξονες. Αφενός, επηρεάστηκαν οι λειτουργίες back office και οι εργαζόμενοι χρειάστηκε να μετεκπαιδευτούν και αφετέρου επηρεάζεται ο τρόπος εξυπηρέτησης του πελάτη με την εισαγωγή της on-line λειτουργίας. Η on-line λειτουργία βοήθησε στην ταχύτερη εξυπηρέτηση των πελατών καθώς και στην αυτόματη διασύνδεση των τραπεζικών υποκαταστημάτων. Σήμερα ξεδιπλώνεται κι ένας τρίτος άξονας κατά το οποίο επικρατεί το πελατοκεντρικό μοντέλο και το οποίο έχει ως στόχο:

- την αναβάθμιση της σχέσης τράπεζας και πελάτη
- την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ώστε η τράπεζα μέσα από την κουλτούρα, την εκπαίδευση και την παροχή κινήτρων στο προσωπικό αλλά και τα πληροφοριακά συστήματα να δραστηριοποιούνται γύρω από τον πελάτη ώστε να επιτευχθεί η μακροχρόνια αποτελεσματική επιβίωσή της (Πετράκης, 2000).

Ταυτόχρονα σύμφωνα με τον Porter (1990) το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έρχεται μέσα από την καινοτομία, την βελτίωση και την αλλαγή. Έτσι, τα τραπεζικά ιδρύματα χρειάζεται να επαναπροσδιορίσουν τους στόχους τους, το πελατολόγιο τους και να ανιχνεύσουν προϊόντα τα οποία ικανοποιούν τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πελατών τους προκειμένου να επιβιώσουν.

Παράλληλα, τα τραπεζικά ιδρύματα έχουν να ανταγωνιστούν, εξειδικευμένα πιστωτικά ιδρύματα αλλά και μη τραπεζικά πιστωτικά ιδρύματα. Αυτό σημαίνει ότι οι τράπεζες μεταβάλλουν τον τρόπο διοίκησης και λειτουργίας τους, αναδεικνύοντας νέες μορφές οργάνωσης και παραγωγικότητας που στηρίζονται στην τεχνολογία. Συγκεκριμένα:

- απλοποίησαν τις εσωτερικές διαδικασίες
 - ενημερώνονται για το προφίλ του κάθε πελάτη
 - βελτιώνουν το ανθρώπινο δυναμικό ποιοτικά μέσω εκπαίδευσης αναφορικά με την τεχνολογία και τις νέες συνθήκες αγοράς
 - προσλαμβάνουν εξειδικευμένο προσωπικό για την χρήση καινοτομικών εργαλείων και προϊόντων
 - δημιουργούν νέα προϊόντα
 - ανατροφοδοτούν τις πληροφορίες που έρχονται από τον πελάτη
- (Αγγελόπουλος, 2013).

Παράλληλα βέβαια, η επένδυση στην τεχνολογία εμφανίζει ορισμένες επιπτώσεις κυρίως στο ανθρώπινο κεφάλαιο. Ενώ υπάρχει η μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών ταυτόχρονα ελαχιστοποιούνται οι θέσεις εργασίας ιδιαίτερα οι θέσεις χαμηλότερων ιεραρχικά κλιμακίων με αποτέλεσμα την απώλεια θέσεων εργασίας (Αγγελόπουλος, 2013).

2.2. Εφαρμογές της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Το δίκτυο SWIFT (κλειστό ιδιωτικό δίκτυο) αποτελεί μια από τις πρώτες εφαρμογές ηλεκτρονικής τραπεζικής για διατραπεζικές συναλλαγές. Σήμερα, στο χώρο του Retail Banking η ανάπτυξη, η διάθεση και η διανομή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω τεχνολογίας βασίζεται σε δυο πυλώνες:

- Τις τυποποιημένες ηλεκτρονικές διατραπεζικές συναλλαγές (EDI – Electronic Data Interchange). Οι συγκεκριμένες εφαρμογές επιτρέπουν την επικοινωνία μεταξύ των τραπεζών και των επιχειρήσεων με παράλληλη ενίσχυση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επίσης, η αυτόματη ενημέρωση και συμφωνία των λογιστικών εγγραφών αλλά και η βελτίωση του προγραμματισμού πληρωμών, χαρακτηρίζει τις εφαρμογές EDI. Η γρήγορη πληροφόρηση και τα κατάλληλα τεχνικά μέσα συμβάλλουν στην αποτελεσματική λειτουργία των τραπεζών
- Τις ηλεκτρονικές on-line διαδικτυακές και συμψηφιστικές συναλλαγές οι οποίες οδήγησαν στην αποϋλοποίηση του χρήματος αλλά και στην αποκέντρωση της διαδικασίας πληρωμών δημιουργώντας νέες δυνατότητες. Σ' αυτό τον πυλώνα χρησιμοποιούνται :
 - τα αυτόματα ταμειολογιστικά μηχανήματα (ATM)
 - τα EFT/POS (συσκευές ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων σημεία πωλήσεων),
 - το Internet Banking, συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή ή κινητού,
 - το Phone Banking, συναλλαγές μέσω τηλεφώνου (Στινιανιώτη - Φαρσαρώτας, 2005).

Οι παραπάνω νέοι τρόποι συναλλαγής περιορίζουν την αριθμητική αλλά και την γεωγραφική επέκταση των καταστημάτων ενώ παράλληλα μειώνεται το λειτουργικό κόστος από την στιγμή που δεν απαιτείται ο ίδιος αριθμός υπαλλήλων χωρίς να μειώνεται η επιχειρηματική αποτελεσματικότητα.

Επιπλέον, από την δεκαετία του 1990 υφίστανται οι εικονικές τράπεζες ως ακόμη μια εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι εικονικές τράπεζες παρέχουν από ένα και μόνο σημείο επαφής με την τράπεζα, μια σειρά από χρηματοοικονομικά προϊόντα διαμορφώνοντας στρατηγικές συμμαχίες για τις τράπεζες τόσο με άλλες επιχειρήσεις όσο και με άλλα ιδρύματα (Μυρτίδης, 2000).

Τέλος, ο εκσυγχρονισμός των τραπεζών οδήγησε στο service banking το οποίο επίσης παρέχει την διεκπεραίωση τραπεζικών συναλλαγών από τον πελάτη. Ασφαλιστικές και εταιρείες πληροφορικής καθώς επίσης και financial supermarkets ιδρύονται μέσω ηλεκτρονικών τραπεζών από εταιρείες εκτός τραπεζικού κλάδου και λειτουργούν ως χρηματιστηριακές και ασφαλιστικές διαδικτυακές εταιρείες πέρα από την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών (Σινανιώτη - Φαρσαρώτας, 2005).

2.3. Πλεονεκτήματα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Η εισαγωγή τραπεζικών και χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών υπηρεσιών οι οποίες παρέχονται από το Internet Banking, Phone Banking, Automatic Payment System κ.α. αποδίδει μια σειρά από πλεονεκτήματα για τις ίδιες τις τράπεζες αλλά και για τους πελάτες τους.

Αρχικά, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες ορίζονται ως κανάλια διανομής προϊόντων ή υπηρεσιών τα οποία λειτουργούν διαρκώς, συνεχόμενα και αδιάκοπα προς όφελος της τράπεζας. Επιπλέον, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες ενισχύουν τα ήδη υπάρχοντα κανάλια διανομής των τραπεζών αυξάνοντας την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης.

Αναλυτικότερα, μέσω των ηλεκτρονικών υπηρεσιών οι συναλλαγές παρέχουν:

➤ Αμεσότητα. Δεν υπάρχει ακατάλληλη στιγμή για τον πελάτη όταν θέλει και χρειάζεται να συναλλάσσεται με την τράπεζα όποια κι αν είναι αυτή. Η 24ωρη και 7ημερη λειτουργία των ηλεκτρονικών τραπεζικών καταστημάτων και των εφαρμογών τους προσφέρουν άμεση εξυπηρέτηση προς ικανοποίηση των αναγκών των πελατών.

➤ Εύχρηστο περιβάλλον. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες είναι απλοποιημένες και εύχρηστες ώστε να μην δυσκολεύουν καμία ηλικιακή ομάδα. Το συγκεκριμένο πλεονέκτημα προσδίδει αποτελεσματικότητα του διαδικτυακού εργαλείου του περιβάλλοντος των ηλεκτρονικών συναλλαγών κάνοντας το προσβάσιμα για όλους.

➤ Εναλλακτικές λύσεις. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούν οι τράπεζες είναι αρκετές ώστε να ικανοποιούν όλες τις ανάγκες των πελατών από οποιονδήποτε χώρο και αν πραγματοποιηθεί η συγκεκριμένη συναλλαγή. Υπάρχουν πολλές εναλλακτικές πρόσβασης στο ίντερνετ προκειμένου να ικανοποιηθούν στο μέγιστο οι ηλεκτρονικές συναλλαγές δημιουργώντας επιπλέον κίνητρο για την διεκπεραίωση συναλλαγών που αφορά αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρουν οι τράπεζες.

➤ Αίσθηση ελέγχου. Ο πελάτης και χρήστης ηλεκτρονικών υπηρεσιών έχει την δυνατότητα να “βλέπει” και ταυτόχρονα να ελέγχει τις συναλλαγές του ενισχύοντας το αίσθημα πληρότητας και ελέγχου αναφορικά με τις εκάστοτε δραστηριότητες που εκτελεί.

➤ Ενημέρωση. Τα ψηφιακά περιβάλλοντα των τραπεζών μέσω των ιστοσελίδων τους προσφέρουν άμεση και ανά πάσα στιγμή ενημέρωση στον πελάτη ενώ ταυτόχρονα προωθούνται και συνεπώς αυξάνουν τον όγκο πωλήσεων των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει η κάθε τράπεζα.

➤ Αυτοματοποίηση. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες λειτουργούν με πάγιες εντολές ή προγραμματισμό μέσα από την ιστοσελίδα της κάθε τράπεζας δημιουργώντας το αίσθημα της άμεσης, εύκολης και ήρεμης εξυπηρέτησης.

➤ Διαχείριση κόστους. Η χρήση ηλεκτρονικών υπηρεσιών προσφέρει σχεδόν ανέξοδες συναλλαγές με στόχο την ορθή διαχείριση του κόστους.

➤ Ασφάλεια. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες εξασφαλίζουν δικλίδες και αυστηρές προδιαγραφές για την ασφάλεια των συναλλαγών για περαιτέρω προστασία των προσωπικών δεδομένων (Grigoroudis et al., 2008).

2.4. Μειονεκτήματα Ηλεκτρονικής Τραπεζικής

Το E-Banking αποδίδει ορισμένα μειονεκτήματα τόσο για τους πελάτες όσο και για τις επιχειρήσεις. Τα κυριότερα μειονεκτήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι πελάτες, από τις υπηρεσίες του E-Banking είναι (Αγγέλης, 2005):

➤ **Δυσπιστία/Ασφάλεια.** Οι πελάτες αποθαρρύνονται από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών εξαιτίας του φόβου ηλεκτρονικών εγκλημάτων. Παρόλο που τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών είναι ανθεκτικά, η ελλιπής γνώση και η δυσπιστία των ατόμων τους οδηγεί πολλές φορές στο να μην χρησιμοποιούν τον συγκεκριμένο τρόπο συναλλαγών.

➤ **Δυσκολίες στο χειρισμό.** Ορισμένες ομάδες πληθυσμού δυσκολεύονται να χειριστούν τους διαδικτυακούς τόπους μιας τράπεζας. Δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, και επομένως συνεχίζουν να πηγαίνουν με φυσική παρουσία στα πραγματικά καταστήματα τραπεζών.

Από την άλλη, τα βασικότερα μειονεκτήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι τράπεζες από την χρήση του E-Banking είναι:

➤ **Κόστος.** Τόσο το ίδιο το λογισμικό όσο και οι συνεχείς αναβαθμίσεις που ανανεώνονται για τον διαδικτυακό τόπο των τραπεζών τείνουν να έχουν υψηλό κόστος.

➤ **Ασφάλεια συναλλαγών.** Πράγματι σήμερα οι συνεχείς ηλεκτρονικές επιθέσεις και διάφοροι μέθοδοι ηλεκτρονικής απάτης είναι συχνό φαινόμενο. Επομένως, οι τράπεζες στην προσπάθειά τους να διασφαλίζουν τα προσωπικά δεδομένα των πελατών τους και τα περιουσιακά τους στοιχεία, τείνουν να επενδύουν σε κατάλληλους εξοπλισμούς και σε συστήματα παρακολούθησης τα οποία έχουν ένα σημαντικό οικονομικό κόστος.

2.5. E-Banking/Mobile Banking

Το λεγόμενο E-Banking είναι ένας τρόπος πραγματοποίησης συναλλαγών και διαχείρισης των τραπεζικών λογαριασμών του πελάτη μέσα από το διαδίκτυο χωρίς την προϋπόθεση της φυσικής παρουσίας σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα. Η πρόσβαση στο E-Banking μπορεί να γίνει μέσα από την εφαρμογή ιστού ή και

εφαρμογή για κινητές συσκευές (Phone-Banking). Όλες οι τράπεζες προσφέρουν την συγκεκριμένη υπηρεσία προς ικανοποίηση των πελατών τους.

Το E-Banking χρησιμοποιείται από τους πελάτες με κωδικούς πρόσβασης που έχει ο καθένας έπειτα από αντίστοιχη αίτηση που κάνει στην τράπεζα με την οποία συνεργάζεται. Μπορεί να χρησιμοποιήσει τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες όποια ώρα και ημέρα της εβδομάδας θέλει ενώ το μενού στο δικτυακό περιβάλλον των τραπεζών περιέχει μια πληθώρα από συναλλαγές και πληροφορίες.

Οι κυριότερες τραπεζικές συναλλαγές που μπορεί να υλοποιήσει κάποιος πελάτης είναι:

- Έλεγχος του υπολοίπου στον λογαριασμό και έλεγχος της κίνησης πρόσφατων και προηγούμενων ολοκληρωμένων συναλλαγών. Δίνεται επίσης η δυνατότητα εκτύπωσης της κίνησης και του λογαριασμού
- Μεταφορές χρημάτων μεταξύ λογαριασμών σε χρήστες της ίδιας τράπεζας αλλά και σε χρήστες άλλης τράπεζας εντός της χώρας και εκτός αυτής.
- Πληρωμές δανείων με έλεγχο υπολοίπου, δόσης και στοιχείων που αφορούν το δάνειο
- Αιτήσεις για έκδοση οποιασδήποτε μορφής τραπεζικής κάρτας αλλά και διαχείριση με δήλωση απώλειας, επανέκδοση κ.τ.λ.
- Πληρωμές διαφόρων λογαριασμών είτε με πάγια εντολή είτε χωρίς
- Ενημέρωση σχετικά με το χρηματιστήριο και δυνατότητες αγοραπωλησίας μετοχών
- Υπηρεσία Ειδοποιήσεων. Μέσω sms ή e-mail ο χρήστης λαμβάνει ειδοποίηση για την κίνηση του λογαριασμού του
- Έλεγχος συναλλαγών για ενημέρωση ηλεκτρονικής συλλογής αποδείξεων
- Σύστημα επιβράβευσης αφοσίωσης του πελάτη μέσω ποντοδοσίας και έλεγχος αυτής
- Γενική ενημέρωση για το συνάλλαγμα

Σε σχέση με το Mobile-Banking το οποίο αποτελεί ένα μεγάλο κεφάλαιο στην ηλεκτρονική τραπεζική με πολλά οφέλη προς την επιχείρηση αλλά και τον χρήστη, οφείλουμε να πούμε ότι πρόκειται για την υπηρεσία E-Banking η οποία ενσωματώνεται μέσα από ειδικές εφαρμογές σχεδιασμένες στις έξυπνες συσκευές και στα έξυπνα τηλέφωνα που υπάρχουν σήμερα. Επομένως ο χρήστης που διαθέτει

E-Banking, έχει την δυνατότητα να χρησιμοποιεί τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες μέσω από το τηλέφωνό του και να πραγματοποιεί όλες τις παραπάνω συναλλαγές οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμεί (Bauer et al., 2005).

Γενικά, το E-banking διαθέτει απεριόριστες δυνατότητες για άμεση, γρήγορη και πλήρη εξυπηρέτηση ενώ η συνεχής εξυπηρέτηση των χρηστών σε πραγματικό χρόνο συνδυαστικά με την εξοικονόμηση χρόνου αποτελούν το βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τις τράπεζες με επίκεντρο τον πελάτη. Από την άλλη ανάμεσα σε άλλα πλεονεκτήματα του E-Banking, η βελτιστοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών χωρίς λάθη αλλά και η δικτύωση της τράπεζας με άλλους επιχειρηματικούς τομείς αποτελούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα από την μεριά των τραπεζών (Αγγέλης, 2005).

2.6. Automatic Payment System (APS)

Μέσω του δικτύου των Μηχανημάτων Αυτόματων Πληρωμών (Automatic Payment Systems/APS, δίνεται η δυνατότητα στον πελάτη να διαχειριστεί εύκολα και γρήγορα τις συναλλαγές του. Οι συναλλαγές εδώ σχετίζονται μόνο με πληρωμές και μεταφορά χρημάτων. Πρόκειται για μια διαχειριζόμενη υπηρεσία επεξεργασίας πληρωμών και μέσω των APS ο πελάτης μπορεί να διαχειριστεί πληρωμές και χρηματικές συναλλαγές είτε με πάγια εντολή είτε όχι, να δει τις κινήσεις στον λογαριασμό του, να μεταφέρει χρήματα (<https://rechargepayments.com/glossary/automatic-payments/>).

Διευκολύνει ιδιαίτερος τους εμπόρους και δη τους διαδικτυακούς εμπόρους, καθώς μέσω της αυτόματης πληρωμής μπορούν να ανεβάσουν πολλές συναλλαγές σε μια πύλη πληρωμής ή να χρησιμοποιήσουν πακέτα συνδρομής στο διαδίκτυο για να πληρώνουν τους πελάτες τους σε προκαθορισμένο χρονοδιάγραμμα. (<https://rechargepayments.com/glossary/automatic-payments/>).

Οι υπηρεσίες παρέχονται μέσω του ειδικού ηλεκτρονικού μηχανήματος και είναι ηλεκτρονικές. Βασικό χαρακτηριστικό του συγκεκριμένου συστήματος είναι ότι ο πελάτης δεν χρειάζεται να έχει πιστωτική/χρεωστική κάρτα. Επίσης, άλλο ένα χαρακτηριστικό αποτελεί το γεγονός ότι η κάθε τράπεζα διαθέτει το δικό της μηχανήμα. Με άλλα λόγια, ο πελάτης οποιασδήποτε τράπεζας μπορεί να εξυπηρετηθεί από τα μηχανήματα χωρίς κάποια χρέωση εύκολα και γρήγορα. (<https://rechargepayments.com/glossary/automatic-payments/>).

Το βασικό όφελος από το συγκεκριμένο σύστημα είναι η εύκολη και με ασφάλεια μεταφορά χρημάτων και πληρωμών ενώ άτομα τα οποία δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο ή είναι μεγαλύτερης ηλικίας επωφελούνται καθώς το σύστημα είναι πολύ απλό.

2.7. Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM)

Τα ATM αποτελούν μια από τις πρώτες μορφές ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην πορεία του τραπεζικού κλάδου. Εμφανίστηκαν στην προσπάθεια των τραπεζών να εξοικονομήσουν χρόνο, κόστος και κόπο από την λειτουργικότητα μιας τράπεζας και του ανθρώπινου δυναμικού της.

Αναλυτικότερα, η Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή (Automated Teller Machine), , είναι μία ηλεκτρομηχανική συσκευή, που διευκολύνει τις συναλλαγές, παρέχοντας την δυνατότητα στους εξουσιοδοτημένους χρήστες να υλοποιήσουν συγκεκριμένες χρηματοπιστωτικές συναλλαγές. Σήμερα, σε όλο τον κόσμο, είναι εγκατεστημένα περισσότερα από 3 εκατομμύρια ATM, σύμφωνα με την ΑΤΜΙΑ, εταιρεία που εκπροσωπεί τους κατασκευαστές ATM (<https://www.sansimera.gr/articles/1252>).

Η ιδέα για την κατασκευή ενός τέτοιου μηχανήματος, ξεκίνησε από την ανάγκη να διευκολυνθούν, εξυπηρετηθούν οι πελάτες των τραπεζικών υπόκαταστημάτων εκτός του ωραρίου. Το εγχείρημα άρχισε να διαμορφώνεται με την ανάπτυξη των ηλεκτρονικών υπολογιστών μεταπολεμικά (<https://www.sansimera.gr/articles/1252>).

Συνοψίζοντας πρόκειται για ηλεκτρονικές συσκευές τηλεπικοινωνιών οι οποίες επιτρέπουν στους πελάτες να διεξάγουν κατά βάση χρηματοοικονομικές συναλλαγές, όπως αναλήψεις μετρητών, πληρωμές λογαριασμών, καταθέσεις, κεφάλαια μεταφοράς ή λήψη πληροφοριών λογαριασμού (<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-aro-edo-kai-p/>).

Αυτά που χαρακτηρίζουν την συγκεκριμένη ηλεκτρονική υπηρεσία συνοψίζονται ως εξής:

- ο πελάτης πρέπει να είναι πελάτης της αντίστοιχης τράπεζας όπου ανήκει το μηχανήμα (διαφορετικά υπάρχει χρέωση)
- η συναλλαγή πραγματοποιείται σε πραγματικό χρόνο

- προϋποθέτει την κατοχή πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας (<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-apo-edo-kai-p/>).

Στα πλαίσια της συρρίκνωσης των τραπεζικών καταστημάτων, τα ATM είναι αυτά που επωμίζονται τις καθημερινές συναλλαγές των πελατών. Για το λόγο αυτό, τα ATM ακολουθούν τις κοινωνικο-οικονομικές και περιβαλλοντικές συνθήκες που επικρατούν και διαμορφώνονται κατάλληλα. Έτσι, τα νέα ATM είναι φτιαγμένα από ανακυκλωμένα και ανακυκλώσιμα υλικά και είναι 25% ελαφρύτερα από τα περισσότερα παραδοσιακά ATMs. Παράλληλα ενισχύονται με επιπλέον ενέργειες προκειμένου να ενισχύσουν και να διασφαλίσουν την ασφάλεια των συναλλαγών στα πλαίσια της κυβερνοασφάλειας (<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-apo-edo-kai-p/>).

Εξίσου ενισχύονται με την τεχνολογία Internet of Things (IoT) προκειμένου να αξιολογούνται δεδομένα αισθητήρων από τα συνδεδεμένα μηχανήματα σε πραγματικό χρόνο μέσω cloud computing και σε περίπτωση προβλήματος να εντοπίζεται το περιστατικό, η ακριβής βασική αιτία προβλήματος και το είδος της επισκευής που απαιτείται, επιταχύνοντας με αυτόν τον τρόπο τη διαδικασία αποκατάστασης (<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-apo-edo-kai-p/>).

Τα ATM συνέβαλλαν στην προστασία τόσο του εργατικού δυναμικού των τραπεζών όσο και των πελατών καθώς η χρήση τους διευκόλυνε τις συναλλαγές σε εξωτερικό χώρο χωρίς να έρχονται σε μεγάλη επαφή μεταξύ τους οι πελάτες και οι τραπεζικοί υπάλληλοι. Παρόλα αυτά, η επέκτασή της χρήσης τους οδηγεί στην μείωση υπαλλήλων εφόσον αντικαθιστούν τους υπαλλήλους των ταμείων και γίνεται αυτοεξυπηρέτηση των πελατών (<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-apo-edo-kai-p/>).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Το τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο του θεωρητικού μέρους περιγράφει την περίπτωση μελέτης της παρούσας εργασίας. Το εμπειρικό παράδειγμα που χρησιμοποιείται για την συγκεκριμένη μελέτη αποτελεί η τράπεζα Πειραιώς. Το κεφάλαιο αναπτύσσει ορισμένα στοιχεία και χαρακτηριστικά της τράπεζας, τους στόχους και την εταιρική της ευθύνη. Τέλος, αναφέρονται οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που διαθέτει και όλες οι ηλεκτρονικές δυνατότητες που παρέχει στους πελάτες.

3.1. Η Τράπεζα Πειραιώς

Η τράπεζα Πειραιώς ιδρύθηκε το 1916, θυγατρική πλέον στην εταιρεία Πειραιώς Financial Holdings. Πρόκειται για μια κορυφαία τράπεζα στην Ελλάδα με συνολικό αριθμό καταστημάτων 387 και με συνολικό αριθμό υπαλλήλων 8.200 άτομα.

Η τράπεζα δραστηριοποιείται γύρω από: τραπεζικές υπηρεσίες απευθείας προς τον καταναλωτή, κτηματομεσιτικές υπηρεσίες, μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, αγροτική πίστη, κεφαλαιαγορά, μισθώσεις (leasing), χρηματοδοτήσεις του ναυτιλιακού τομέα, πράσινη τραπεζική, ηλεκτρονική τραπεζική (<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/groups-presence/piraeus-bank>).

Ειδικότερα, η τράπεζα Πειραιώς παρέχει:

- Λύσεις για Ιδιώτες (τραπεζικές λύσεις, διαχείριση ακίνητης περιουσίας, leasing οχημάτων, επενδυτικές λύσεις, private banking)

- Λύσεις για Επαγγελματίες και Επιχειρήσεις (τραπεζικές λύσεις, λύσεις λειτουργίας και διαχείρισης ακίνητης περιουσίας, leasing οχημάτων, factoring)

- Λύσεις για Μεγάλου μεγέθους Επιχειρήσεις. Με την κατάλληλη τραπεζική τεχνογνωσία και την πολύχρονη εμπειρία στους κλάδους της ανάπτυξης, η τράπεζα βοηθά μεγάλες επιχειρήσεις που αναδύονται και αναπτύσσονται στην Ελλάδα.

- Συνεργασία με άλλα Χρηματοοικονομικά Ιδρύματα

- Διατραπεζικές σχέσεις.

•Treasury & Financial Market Activities. Η Τράπεζα Πειραιώς, μέσω του Τομέα Treasury & Financial Markets αναπτύσσει συνεργασίες με ένα μεγάλο αριθμό διεθνών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και διαμεσολαβητών (<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/groups-presence/piraeus-bank>).

Βασικός στόχος είναι η στήριξη των τραπεζικών αναγκών των πελατών και η ομαλή ροή λειτουργίας της μεγάλης αυτής επιχείρησης. Επίσης, η τράπεζα Πειραιώς υιοθετεί κριτήρια Περιβάλλοντος και Κοινωνικής Συνοχής προωθώντας την Υπεύθυνη και Βιώσιμη Τραπεζική.

Τέλος, παρέχει συνεχή ενδυνάμωση και εξέλιξη των εργαζομένων με σύγχρονες μεθόδους εκπαίδευσης, εξειδικευμένα εργαλεία και κανάλια μάθησης (e-Learning, webinars), αναπτύσσοντας και το θεσμό του mentoring (<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/groups-presence/piraeus-bank>).



Εικόνα 1: Τράπεζα Πειραιώς

3.2. Καθημερινές Συναλλαγές

Μια σειρά από υπηρεσίες προσφέρονται στα πλαίσια της Τράπεζας Πειραιώς προς εξυπηρέτηση των πελατών της. Ειδικότερα, η τράπεζα παρέχει:

- ✓ “Pay & Save”

Η Υπηρεσία Αποταμίευσης “Pay & Save”, παρέχει εύκολη αποταμίευση κάνοντας ο πελάτης τις καθημερινές του αγορές με τη [χρεωστική του κάρτα](#).

- ✓ Εμβάσματα - Ιδιώτες

Η τράπεζα παρέχει την δυνατότητα εμβάσματος σε ευρώ ή ξένο νόμισμα στην Ελλάδα ή το εξωτερικό από τα καταστήματα της.

✓ Πάγιες Εντολές Πληρωμής Λογαριασμών

Οι πελάτες μπορούν να αναθέσουν το σύστημα Παγίων Εντολών, ώστε να αυτοματοποιούνται οι πληρωμές και να εκτελούνται κατά την ημερομηνία λήξης τους λαμβάνοντας κανονικά την ένδειξη ότι εξοφλούνται μέσω της τράπεζας.

✓ Έκδοση & Πληρωμή e-Παράβολου μέσω winbank

Η έκδοση και πληρωμή του e-Παραβόλου πραγματοποιείται από τα ηλεκτρονικά κανάλια εξυπηρέτησης της winbank της Τράπεζας Πειραιώς. Οι πελάτες μπορούν να πληρώσουν με πιστωτική κάρτα της Τράπεζας Πειραιώς ή με χρέωση του λογαριασμού τους.

✓ Μετατροπή Εφάπαξ Συναλλαγών σε Δόσεις με Πιστωτική Κάρτα

Η τράπεζα δίνει τη δυνατότητα να μετατρέψουν οι πελάτες σε δόσεις τις συναλλαγές που πραγματοποιούν εφάπαξ με την πιστωτική τους κάρτα, με την υπηρεσία «Μετατροπή Συναλλαγής σε Δόσεις» που παρέχεται μέσω της winbank.

✓ Πακέτα Πληρωμών εξόφΛΥΣΗ.

Τα Πακέτα Πληρωμών εξόφΛΥΣΗ δίνουν τη δυνατότητα να πληρώνουν οι πελάτες της τράπεζας ανέξοδα τους λογαριασμούς του νοικοκυριού τους για ένα έτος σε όλους τους Οργανισμούς Ενέργειας, Ύδρευσης, Τηλεπικοινωνιών και ιδιωτικών Ασφαλειών, με όποιον τρόπο τους εξυπηρετεί καλύτερα.

✓ Χρηματιστηριακές Υπηρεσίες

Προσφέρεται άμεση και εύκολη πρόσβαση στην Ελληνική Χρηματιστηριακή Αγορά και στα σημαντικότερα Διεθνή Χρηματιστήρια, διευρύνοντας τις επενδυτικές επιλογές υπάρχουν για τη διαμόρφωση του χαρτοφυλακίου του πελάτη.

✓ Συνάλλαγμα

Η τράπεζα Πειραιώς παρέχει την δυνατότητα αγοράς Συναλλάγματος και τις συναλλαγές μετατροπής από/σε ξένο νόμισμα με ανταγωνιστική τιμολόγηση.

✓ Apple Pay

Το Apple Pay είναι ένας εύκολος και ασφαλής τρόπος πληρωμής σε καταστήματα, σε εφαρμογές εμπόρων και στο διαδίκτυο με το iPhone, το Apple Watch, το iPad και τον Mac.

✓ Google Pay

Το Google Pay είναι ο γρήγορος, απλός και ασφαλής τρόπος πληρωμών σε εκατομμύρια επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο (www.piraeusbank.gr).

3.3. Ηλεκτρονικές υπηρεσίες

Η τράπεζα Πειραιώς διαθέτει τόσο φυσικό όσο και ψηφιακό περιβάλλον όπου ο πελάτης μπορεί να επισκεφθεί και να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του.

Ειδικότερα, το ηλεκτρονικό κατάστημα της τράπεζας Πειραιώς παρέχει:

- Επικοινωνία με κατάστημα για ηλεκτρονικά ραντεβού
- Digital Onboarding για να μπορεί να αποκτήσει κάποιος τραπεζικό λογαριασμό, χρεωστική κάρτα και winbank, από όπου και αν βρίσκεται
- Υπηρεσία Ελλήνων Εξωτερικού
- E-loan by winbank. Κάνοντας μια αίτησή μέσω winbank μπορεί κάποιος να αποκτήσει δάνειό χωρίς επίσκεψη σε κατάστημα
- E-card: πιστωτική κάρτα μέσω winbank
- Online ασφάλιση
- Ηλεκτρονική ενημέρωση για ισοτιμίες αναφοράς νομισμάτων για συναλλαγές με κάρτες
- Ενημερώσεις που αφορούν τους πελάτες της τράπεζας (www.piraeusbank.gr).

Επίσης, η τράπεζα διαθέτει χαρτοφυλάκιο mobile εφαρμογών παρέχοντας στον πελάτη μια πολύπλευρη ψηφιακή εμπειρία. Αναλυτικότερα, ο πελάτης μπορεί να χρησιμοποιήσει την κινητή του συσκευή για να πραγματοποιήσει:

- Πληρωμή λογαριασμών
- Πληρωμή καρτών Τράπεζας Πειραιώς ή άλλων Τραπεζών
- Πληροφορίες και φόρτιση προπληρωμένων καρτών
- Μεταφορά χρημάτων και έμβασμα σε ελληνικές και ξένες τράπεζες
- Μεταφορά χρημάτων σε κινητό ή ΑΦΜ
- Ανανέωση χρόνου ομιλίας καρτοκινητού
- Πληρωμή e-παραβόλου

- Αποστολή χρημάτων με Λεφτά στο Λεπτό
- Προσωποποιημένη πληροφόρηση για διαθέσιμους προς εξαργύρωση πόντων επιβράβευσης (yellows) (www.piraeusbank.gr).

Επιπλέον, δύναται η δυνατότητα να πραγματοποιούνται συναλλαγές με τις ηλεκτρονικές εφαρμογές:

- winbank wallet
- winbank mycard
- yellowday
- easypay app (www.piraeusbank.gr)

3.4. Ειδικές Τραπεζικές Υπηρεσίες

✓ [Υπηρεσία Ελλήνων Εξωτερικού](#)

Παρέχεται η συγκεκριμένη υπηρεσία για όλους τους Έλληνες που ζουν στο εξωτερικό αλλά υπάρχουν οικονομικοί δεσμοί με την Ελλάδα και θέλουν να διευκολύνουν τις συναλλαγές τους.

✓ [e-Signature](#)

Σε επιλεγμένα καταστήματα του δικτύου της, η Τράπεζα Πειραιώς παρέχει την δυνατότητα ηλεκτρονικής υπογραφής εγγράφων και συμβάσεων.

✓ [easypay POINT](#)

Η υπηρεσία easypay *POINT* δίνει τη δυνατότητα εξόφλησης λογαριασμών δίπλα στον πελάτη, χωρίς να χρειάζεται να επισκεφθεί κάποιος το Τραπεζικό κατάστημα για την εξόφληση ενός λογαριασμού, αλλά τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις με το σήμα της υπηρεσίας easypay *POINT*.

✓ [Θεματοφυλακή Χρεογράφων](#)

Οι υπηρεσίες θεματοφυλακής χρεογράφων που προσφέρει η Τράπεζα υποστηρίζουν ολοκληρωμένα και αποτελεσματικά όλο το φάσμα των χρηματιστηριακών συναλλαγών σας στο Χρηματιστήριο Αθηνών (ΧΑ), στο Χρηματιστήριο Παραγώγων (ΧΠΑ) καθώς επίσης και στα ξένα χρηματιστήρια. Οι υπηρεσίες θεματοφυλακής παρέχονται τόσο σε ιδιώτες και σε θεσμικούς επενδυτές (Αμοιβαία

Κεφάλαια, Ασφαλιστικές εταιρίες, ξένους θεσμικούς, Private Banking, ΑΕΠΕΥ κα.) όσο και στις εισηγμένες στο Χ.Α. εταιρείες.

✓ Όλες οι Υπηρεσίες Επενδυτικού Χρυσού

- Πρόκειται για μια εξειδικευμένη υπηρεσία της Τράπεζας Πειραιώς για τον έλεγχο γνησιότητας και την εκτίμηση της αξίας του Επενδυτικού Χρυσού (www.piraeusbank.gr)

Από τα παραπάνω αποδεικνύεται η πληθώρα υπηρεσιών που προσφέρονται από την Τράπεζα Πειραιώς με στόχο την πλήρη και ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών της. Η πλειοψηφία των υπηρεσιών παρέχεται ηλεκτρονικά στους πελάτες και η τράπεζα φαίνεται να προσαρμόζεται στον ψηφιακό μετασχηματισμό που η παγκόσμια ελεύθερη και ανταγωνιστική κοινωνία-οικονομία επιτάσσει. Παράλληλα οι ηλεκτρονικές της υπηρεσίες σε επίπεδο λειτουργικότητας αποτελούν ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προκειμένου να επιτύχει την μακρόχρονη επιβίωσή της.

3.5. Πράσινη Τραπεζική

Οι κοινωνικές ανάγκες και οι ανάγκες του περιβάλλοντος οδήγησαν τον τραπεζικό κλάδο σε υιοθέτηση μια σειρά από πρακτικές της πράσινης ανάπτυξης οι οποίες εκδηλώνονται με την μορφή της τράπεζας είτε ως επιχείρηση είτε ως φορέας κοινωνικής και περιβαλλοντικής υπευθυνότητας.

Αναλυτικότερα, η Τράπεζα Πειραιώς αναγνωρίζει το γεγονός ότι οι αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελούν ουσιαστική προϋπόθεση για μια υγιή επιχειρηματικότητα και γι αυτό περιλαμβάνει στις επιχειρηματικές της δραστηριότητες και διαδικασίες περιβαλλοντικά κριτήρια ενώ οι στρατηγικές που αναπτύσσει αποσκοπούν στην βελτίωση των περιβαλλοντικών της επιδόσεων και στη μείωση του περιβαλλοντικού αποτυπώματος. Επίσης επιδιώκει την προώθηση της πράσινης επιχειρηματικότητας και την ορθή διαχείριση του περιβαλλοντικού-κλιματικού κινδύνου. Τέλος, προωθεί εξίσου την προστασία της βιοποικιλότητας προκειμένου να συνεισφέρει στην αντιμετώπιση των περιβαλλοντικών και κοινωνικών ζητημάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης.

Για την αναγνώριση και την αξιολόγηση των περιβαλλοντικών ζητημάτων, η Τράπεζα Πειραιώς έχει αναπτύξει και εφαρμόζει συγκεκριμένες διαδικασίες που αφορούν τις δραστηριότητες που πραγματοποιεί και τις σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις που συνδέονται μ' αυτήν. Αναφορικά με την προστασία του περιβάλλοντος, εμφανίζεται η εσωτερική διάσταση της που αναφέρεται στην προσπάθεια μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων από τις δράσεις της και η εξωτερική διάσταση που αφορά την προσπάθεια αύξησης της περιβαλλοντικής αντίληψης από την πλευρά των πελατών της και την αντίστοιχη ενίσχυση των δράσεων προστασία του περιβάλλοντος για τις επόμενες γενιές. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιεί το Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης συμμορφούμενο με το Ευρωπαϊκό Κανονισμό EMAS.

Επιπλέον, η Τράπεζα Πειραιώς παρέχει τραπεζικές υπηρεσίες με στόχο την διαχείριση του περιβαλλοντικού και κλιματικού κινδύνου αλλά και για την έγκαιρη αντιμετώπιση περιβαλλοντικών προκλήσεων.

Τέλος, ενισχύει την αγορά με προϊόντα και υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον ενώ διαθέτει μια σειρά από χρηματοδοτικά προϊόντα για την ενίσχυση και την προώθηση της πράσινης ανάπτυξης. Συγκεκριμένα παρέχει:

- Πράσινα προϊόντα προς επιχειρήσεις που επιθυμούν να επενδύσουν σε μεγάλα έργα ΑΠΕ καθώς και σε φωτοβολταϊκούς σταθμούς ισχύος μέχρι και 150KWp

- Πράσινα Στεγαστικά Δάνεια και συγκεκριμένα τα προγράμματα «Φωτοβολταϊκά Συστήματα», «Πράσινες Επισκευές» και «Πράσινη Κατοικία» που αφορά στην αγορά ή κατασκευή πράσινης κατοικίας

- Πράσινα Καταναλωτικά Δάνεια και συγκεκριμένα τα προϊόντα, «Φωτοβολταϊκά Συστήματα», «Πράσινες Επισκευές», «Πράσινες Αγορές - Οικοσκευή» και «Βιολογικά Προϊόντα Αγροτών»

- Πράσινες Χρηματοδοτήσεις μέσω Leasing

- Πράσινα Ασφαλιστικά Προϊόντα (www.piraeusbank.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Το τέταρτο κεφάλαιο αποτελεί την αρχή του εμπειρικού μέρους της παρούσας εργασίας. Σ αυτό το κεφάλαιο αναλύονται ο σκοπός και οι επιμέρους ερευνητικοί στόχοι που αφορούν την έρευνα καθώς και την μεθοδολογία που ακολουθήθηκε. Επίσης, αναγράφονται το δείγμα και το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε ενώ τέλος πιστοποιείται η εγκυρότητα και η αξιοπιστία της έρευνας ώστε να λαμβάνονται υπόψη τα ευρήματα από τους αρμόδιους.

4.1. Αντικείμενο και Στόχος της Έρευνας

Αντικείμενο μελέτης της παρούσας έρευνας και βασικός στόχος της είναι να αποτυπώσει την εικόνα σχετικά με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες στον τραπεζικό κλάδο στα πλαίσια του ψηφιακού μετασχηματισμού αλλά και ως βασικό ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα. Ειδικότερα, εξετάζεται η χρήση και η χρηστικότητα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών της Τράπεζας Πειραιώς από τους εργαζόμενους στην συγκεκριμένη τράπεζα. Η έρευνα χαρακτηρίζεται ως περιγραφική (descriptive), καθώς εξετάζονται οι Έλληνες εργαζόμενοι σε ιδιωτική τράπεζα όπως επίσης θεωρείται και cross-sectional (διατμηματική) καθώς εξετάζονται τα αποτελέσματα σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.

Επιμέρους ερευνητικά ζητήματα σχετίζονται με:

- Την σύνθεση του δείγματος μέσω της ανάλυσης των κοινωνικών και δημογραφικών παραγόντων όπως το φύλο, την ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και τα χρόνια προϋπηρεσίας.
- Την αξιολόγηση της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών από τους τραπεζικούς υπαλλήλους σε σχέση με την ποιότητα, την ταχύτητα και τον ψηφιακό μετασχηματισμό.

- Τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών.
- Το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και τα χρόνια προϋπηρεσίας δημιουργούν ποσοστιαίες διαφοροποιήσεις σε σχέση με την συνολική εικόνα της αξιολόγησης των τραπεζικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών
- Την συζήτηση για μελλοντικές προτάσεις προς διερεύνηση με στόχο την βελτίωση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών για τους τραπεζικούς υπαλλήλους

4.2. Μεθοδολογία Έρευνας

Η συγκεκριμένη έρευνα αναλύει την έννοια του ψηφιακού μετασχηματισμού σε σχέση με τον τραπεζικό κλάδο και η πρωτοτυπία του θέματος έγκειται στο γεγονός της διερεύνησης της συγκεκριμένης σχέσης αλλά αυτή την φορά από την πλευρά των εργαζομένων.

Η συγκεκριμένη έρευνα κατά την διεξαγωγή της χρησιμοποίησε τόσο την πρωτογενή ποσοτική μέθοδο κατά την οποία τα δεδομένα συλλέγονται χρησιμοποιώντας προκαθορισμένα μέσα ώστε να αποφέρουν στατιστικά στοιχεία προς ανάλυση (Cresswell, 2003) όσο και την δευτερογενή έρευνα για την θεωρητική πλαισίωση του υπό μελέτη θέματος.

Η ποσοτική έρευνα επιλέχθηκε προκειμένου να διερευνηθεί η τάση που επικρατεί αναφορικά με την αξιολόγηση για τις τραπεζικές ηλεκτρονικές υπηρεσίες καθώς μέσω της ποσοτικής έρευνας υπάρχει δυνατότητα στατιστικών συγκρίσεων, μέτρηση θεωρητικών εννοιών μέσω εργαλείων όπως είναι το ερωτηματολόγιο αλλά και προσπάθεια γενίκευσης με μεγαλύτερους πληθυσμούς (Cresswell, 2003).

Συγκεκριμένα, η έρευνα κάνει χρήση ερωτηματολογίων και προχωρά σε ανάλυση ποσοτικοποιημένων αποτελεσμάτων αλλά και σε ανάλυση περιεχομένου.

Το παρόν ερευνητικό μοντέλο στηρίζεται με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες ως εξαρτημένη μεταβλητή ενώ ως ανεξάρτητες μεταβλητές που επηρεάζουν είτε θετικά είτε αρνητικά την εξαρτημένη μεταβλητή, θεωρούνται όλοι οι παράγοντες όπου αναλύθηκαν κατά την βιβλιογραφική ανασκόπηση στα προηγούμενα κεφάλαια.

4.3. Ερευνητικό εργαλείο

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποίησε η έρευνα ήταν το δομημένο ερωτηματολόγιο το οποίο μοιράστηκε ηλεκτρονικά σε υπαλλήλους της Τράπεζας Πειραιώς.

Η δημιουργία του ερωτηματολογίου έλαβε υπόψη της χαρακτηριστικά όπως είναι η πληρότητα, η σαφήνεια, η συνοχή, η κατάλληλη δομή, το να είναι σύντομο και να μπορεί να κωδικοποιηθεί και να επεξεργαστεί, τα οποία σύμφωνα με τον Javeau (2000) αποτελούν χαρακτηριστικά μιας ορθής και επιτυχημένης έρευνας.

Οι ερωτήσεις που συμπεριέλαβε το ερωτηματολόγιο ήταν άμεσες, δομημένες και κλειστές.

Αναλυτικότερα, το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ένα εισαγωγικό σημείωμα με τον τίτλο της διπλωματικής εργασίας και τον τίτλο του ιδρύματος. Ανέλυε τον σκοπό της έρευνας και επεσήμανε την σπουδαιότητα της ανωνυμίας και της εθελοντικής συμμετοχής.

Συνολικά το ερωτηματολόγιο περιείχε 28 ερωτήσεις και αποτελούνταν από 4 μέρη. Συγκεκριμένα, το πρώτο μέρος υπήρχαν οι ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα (4 ερωτήσεις) προκειμένου να σχηματιστεί ένα κοινωνικό προφίλ των συμμετεχόντων της έρευνας. Στη συνέχεια στο δεύτερο μέρος οι ερωτήσεις αφορούσαν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και ειδικότερα το σύστημα E-banking (6 ερωτήσεις), Automatic Payment System (APS) (4 ερωτήσεις) και τα Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM) (5 ερωτήσεις). Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου (3 ερωτήσεις) αναφέρεται στους παράγοντες σημαντικότητας της χρήσης των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και τέλος στο τέταρτο μέρος περιλαμβάνονται 6 ερωτήσεις αναφορικά με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Όλες οι ερωτήσεις αφορούν την τράπεζας Πειραιώς .

Η ανάλυσή του ερωτηματολογίου βασίστηκε σε στατιστικά και μαθηματικά μοντέλα προκειμένου να υπάρξουν ασφαλή και έγκυρα αποτελέσματα.

Τόσο η διανομή όσο και η συλλογή των ερωτηματολογίων έγινε με ηλεκτρονικό τρόπο μέσω της χρήσης του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ενώ τα δεδομένα από την συλλογή κωδικοποιήθηκαν και ταξινομήθηκαν μέσω του ηλεκτρονικού υπολογιστή και του προγράμματος Windows Excel 2010 και αναλύθηκαν μέσω του στατιστικού πακέτου Jasp 0.16.3.0. Η διάρκεια της έρευνας διήρκησε ένα μήνα από τις 15 Μαρτίου μέχρι τις 15 Απριλίου 2023.

Η μέτρηση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου έγινε με την κλίμακα Likert με τετραβάθμια διαβάθμιση σημαντικότητας από «Καθόλου Σημαντικός» ως «Πολύ Σημαντικός» καθώς και με πενταβάθμια διαβάθμιση συμφωνίας, από «Συμφωνώ Απόλυτα» ως « Διαφωνώ Απόλυτα» (Μπένος, 1997).

Τέλος, στατιστικά σημαντικό αποτέλεσμα θεωρήθηκε το επίπεδο $\alpha = 0,05$ ενώ ισχύει $P - value < 0,05$. Δημιουργήθηκαν πίνακες που υποδεικνύουν την κατανομή των δημογραφικών δεδομένων αλλά και πίνακες με ποσοστά των απαντήσεων των ερωτώμενων. Ταυτόχρονα υπήρξε απεικόνιση των δεδομένων με γραφήματα για καλύτερη κατανόηση.

4.4. Δείγμα

Η διαδικασία όπου ο ερευνητής επιλέγει ένα υποσύνολο του πληθυσμού για να το μελετήσει και που τον βοηθά να εξάγει συμπεράσματα σε σχέση με το συνολικό πληθυσμό, ονομάζεται δειγματοληψία (Χαλικιάς, 2003).

Για τις ανάγκες της συγκεκριμένης έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του δείγματος ευκολίας καθώς είμαι τραπεζικός υπάλληλος στην Τράπεζα Πειραιώς και έχω πρόσβαση στο συγκεκριμένο δείγμα. Όλα τα ερωτηματολόγια δόθηκαν ηλεκτρονικά μέσω mail σε υποκαταστήματα της τράπεζας Πειραιώς στην πόλη των Σερρών και της Θεσσαλονίκης.

Το δείγμα αποτέλεσαν 122 υπάλληλοι της τράπεζας Πειραιώς ($n=122$) ανεξαρτήτου θέσης εργασίας μέσα σ αυτή.

4.5. Εγκυρότητα και Αξιοπιστία της Έρευνας

Τόσο η εγκυρότητα όσο και η αξιοπιστία μιας έρευνας είναι απαραίτητα κριτήρια για την ορθή και αποτελεσματική ερευνητική διαδικασία προκειμένου να βεβαιώσει ο ερευνητής τα έγκυρα αποτελέσματα μιας έρευνας. Η αξιοπιστία ως κριτήριο αφορά την συνέπεια ή την σταθερότητα των απαντήσεων μιας κλίμακας και η εγκυρότητα ως κριτήριο αφορά το αν η κλίμακα μετράει πραγματικά αυτό για το οποίο έχει κατασκευαστεί να μετράει.

Η παρούσα έρευνα ακολούθησε ορισμένα βήματα ώστε να επιβεβαιώσει τόσο την εγκυρότητα όσο και την αξιοπιστία της και ειδικότερα διευκρίνισε την

εθελοντική συμμετοχή των τραπεζικών υπαλλήλων αλλά και την ανωνυμία όσων θα λάβουν μέρος όπως επίσης τονίστηκε η αντιπροσωπευτική και ειλικρινής συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Όλα τα παραπάνω αποτελούν καθοριστικές συνιστώσες εγκυρότητας και αξιοπιστίας της έρευνας.

Επίσης, η εγκυρότητα των αποτελεσμάτων στηρίζεται στο γεγονός ότι οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν ήταν αποτέλεσμα της ανάλυσης του θεωρητικού πλαισίου των προηγούμενων κεφαλαίων με στόχο τις απαντήσεις των ερευνητικών ερωτημάτων. Το θεωρητικό πλαίσιο βασίστηκε σε επιστημονικά βιβλία και μελέτες γύρω από το συγκεκριμένο ζήτημα τόσο στην ελληνική βιβλιογραφία και αρθρογραφία όσο και στην ξενόγλωσση.

Τέλος, η έρευνα επιβεβαίωσε την αξιοπιστία εσωτερικής συνοχής μεταξύ των συσχετίσεων που εξετάζονται μέσα στο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιώντας τον δείκτη α του Alpha Cronbach. Ο συγκεκριμένος δείκτης όταν λαμβάνει τιμές μεγαλύτερες του 0,7 ή 0,8 θεωρείται ικανοποιητικός και επομένως η έρευνα συνεχίζεται.

Η συγκεκριμένη μέτρηση του δείκτη εδώ έγινε μέσω Jasp και η τιμή του αξιολογήθηκε με:

Frequentist Scale Reliability Statistics	
Estimate	Cronbach's α
Point estimate	0.747
95% CI lower bound	0.682
95% CI upper bound	0.813

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι ο συντελεστής αξιοπιστίας είναι $0,74 > 0,70$ επομένως οι ερωτήσεις έχουν σωστό βαθμό αξιοπιστίας, πάνω από 70% και γι' αυτό δε χρειάζεται να απορριφθούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας έρευνας, αναλύει τα πρωτογενή δεδομένα που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια έρευνας. Παρακάτω αναλύονται τόσο τα δημογραφικά στοιχεία όσο και οι υπόλοιπες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ενώ παράλληλα τα δεδομένα καταγράφονται με ποσοστό σε πίνακες και απεικονίζονται με γραφήματα.

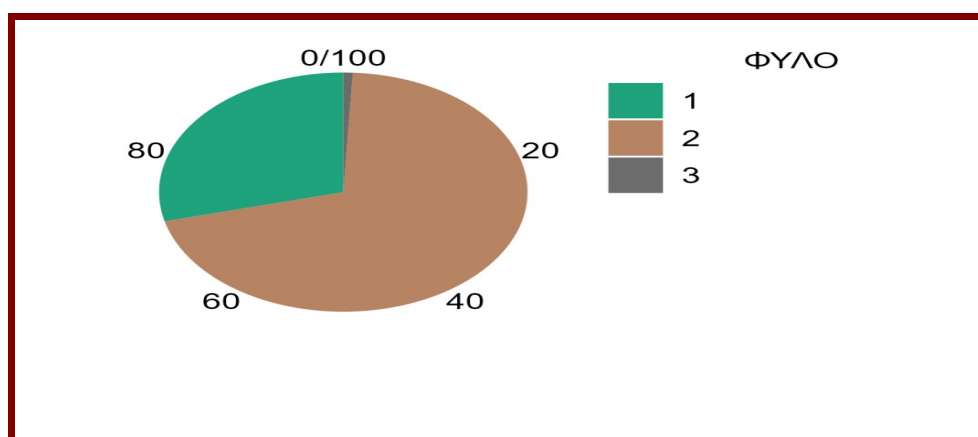
5.1. Ανάλυση δημογραφικών στοιχείων ΦΥΛΟ

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος αποτελείται από γυναίκες σε ποσοστό 70,2% έναντι των αντρών με ποσοστό 28,9%. Επίσης ένα άτομο δηλώνει την επιλογή “Άλλο”. Όπου 1=Άνδρες, 2=Γυναίκες, 3=Άλλο

Πίνακας 1. Φύλο

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	35	28.926	28.926	28.926
2	85	70.248	70.248	99.174
3	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 1. Φύλο



ΗΛΙΚΙΑ

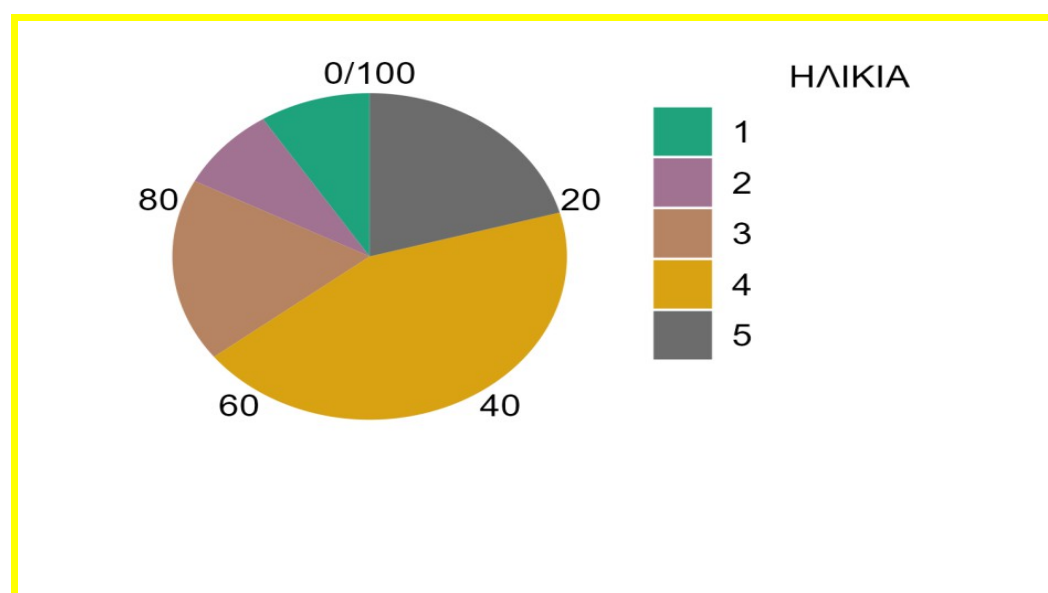
Αναφορικά με την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, οι περισσότεροι ανήκουν στο ηλικιακό γκρουπ 41-50 με ποσοστό 43,8% και ακολουθούν όσοι βρίσκονται πάνω από τα 50 έτη με ποσοστό 20,6%. Στη συνέχεια με ποσοστό 18,1% είναι η δεκαετία 31-40 έτη και με ποσοστό 9% αντιστοιχούν οι κάτω των 20 ετών. Τέλος, το 8,2% δηλώνει ότι ανήκει στην δεκαετία μεταξύ 21-30.

Όπου: 1=>20, 2=21-30, 3=31-40, 4=41-50, 5=<50

Πίνακας 2. Ηλικία

ΗΛΙΚΙΑ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	11	9.091	9.091	9.091
2	10	8.264	8.264	17.355
3	22	18.182	18.182	35.537
4	53	43.802	43.802	79.339
5	25	20.661	20.661	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 2. Ηλικία



ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

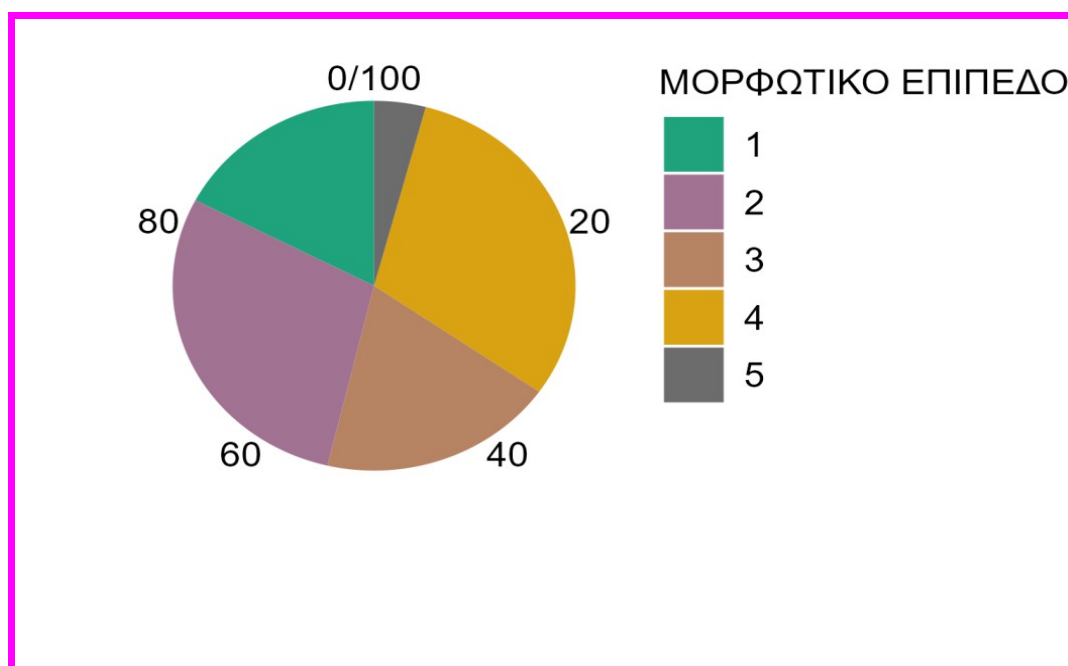
Το μορφωτικό επίπεδο του δείγματος φαίνεται υψηλό καθώς 1/3 του δείγματος δηλώνει ότι είναι κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών. Από τα 121 άτομα, τα 35 δηλώνουν απόφοιτοι ΑΕΙ και τα 23 απόφοιτοι ΑΤΕΙ. Τέλος, 5 άτομα από τα 121 είναι κάτοχοι Διδακτορικού ενώ 21 άτομα είναι τελειόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Όπου: 1= Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, 2=Απόφοιτος ΑΕΙ, 3= Απόφοιτος ΑΤΕΙ, 4= Κάτοχος Μεταπτυχιακού, 5= Κάτοχος Διδακτορικού

Πίνακας 3. Μορφωτικό Επίπεδο

ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	21	17.355	17.355	17.355
2	35	28.926	28.926	46.281
3	23	19.008	19.008	65.289
4	37	30.579	30.579	95.868
5	5	4.132	4.132	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 3. Μορφωτικό Επίπεδο



ΕΤΗ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

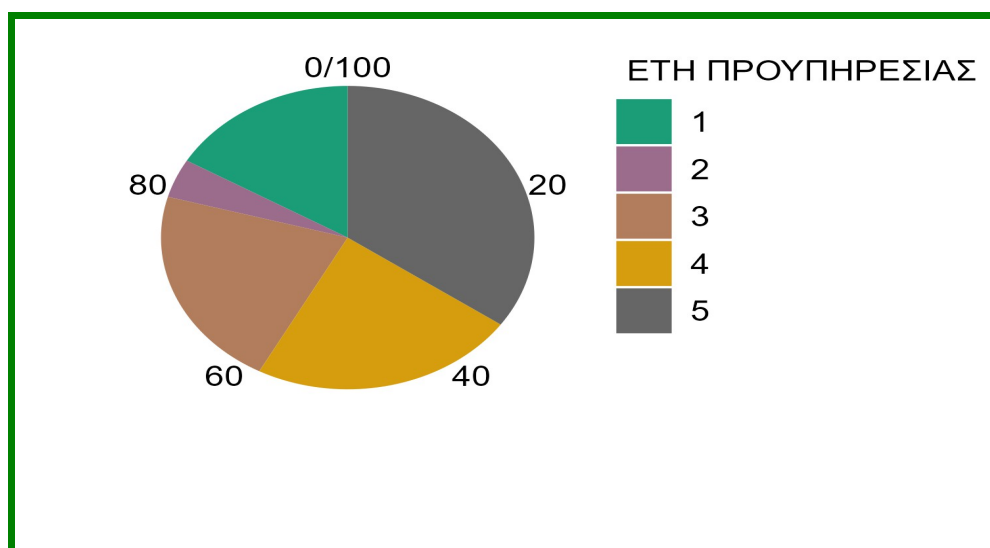
Η τελευταία ερώτηση των δημογραφικών στοιχείων αναφέρεται στα έτη προϋπηρεσίας των συμμετεχόντων στην έρευνα. Έτσι προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με αντιστοιχία 34,7% διαθέτουν πάνω από 20 χρόνια προϋπηρεσία και ακολουθούν με 23,1% αυτοί από 16 έως 20 χρόνια εμπειρία. Στη συνέχεια το 21,4% απαντά ότι διαθέτει 11-15 χρόνια προϋπηρεσία και 16, 5% διαθέτει λιγότερο από 5ετή προϋπηρεσία. Τέλος, 5 άτομα από τα 121 διαθέτουν από 6 έως 10 χρόνια προϋπηρεσία.

Όπου: 1=>5, 2= 6-10, 3= 11-15, 4=16-20, 5= <20

Πίνακας 4. Έτη Προϋπηρεσίας

ΕΤΗ ΠΡΟΥΠΗΡΕΣΙΑΣ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	20	16.529	16.529	16.529
2	5	4.132	4.132	20.661
3	26	21.488	21.488	42.149
4	28	23.140	23.140	65.289
5	42	34.711	34.711	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 4. Έτη Προϋπηρεσίας



5.2. Ανάλυση Ερωτηματολογίου: Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

5.2.1. E-Banking

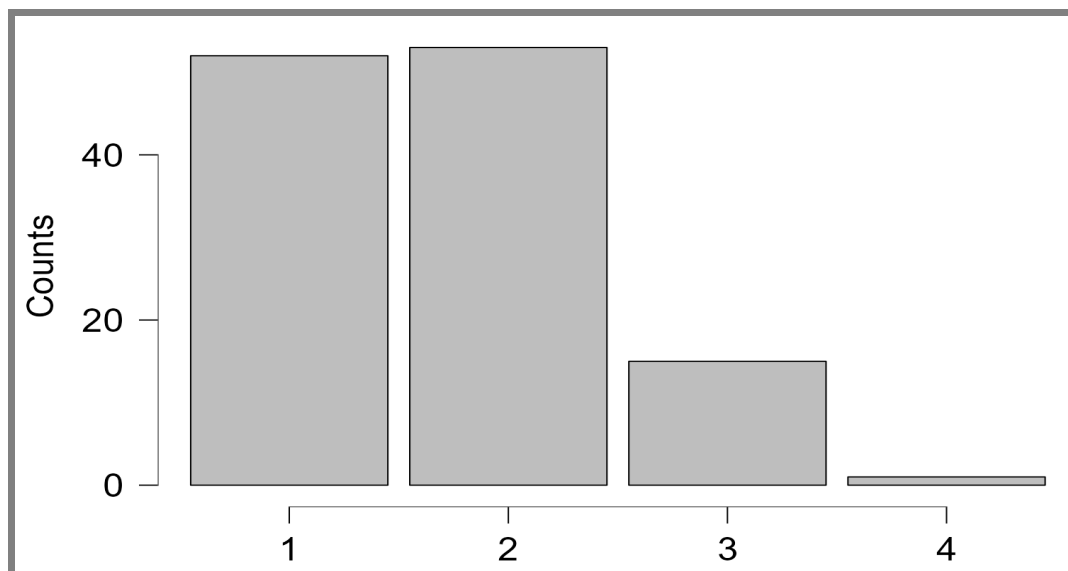
Ο Πίνακας 5 δείχνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία είτε συμφωνεί απόλυτα είτε συμφωνεί με συνολικό ποσοστό 86,7%, με το γεγονός ότι το e-banking συμβάλει στην μείωση του λειτουργικού κόστους των τραπεζών. Ταυτόχρονα το 12,3% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί ενώ μόλις 1 άτομο από τα 121 διαφωνεί με αυτό.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 5

Ε ΒΑΝΚΙΝΓ[ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΣΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ]	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	52	42.975	42.975	42.975
2	53	43.802	43.802	86.777
3	15	12.397	12.397	99.174
4	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 5



Στον παρακάτω πίνακα 6, οι απόψεις είναι εξίσου παρόμοιες καθώς το 75% είτε συμφωνεί απόλυτα είτε συμφωνεί με το γεγονός ότι το e-banking βελτίωσε την

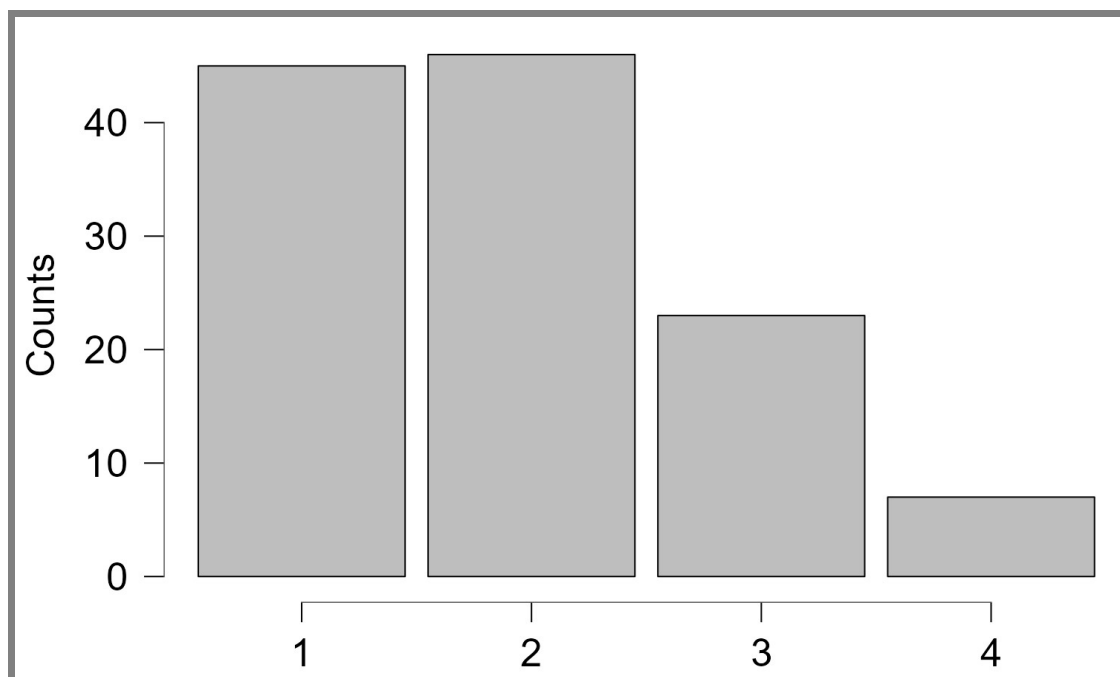
ποιότητα των υπηρεσιών των τραπεζών ενώ μόνο 7 άτομα διαφωνούν με αυτό. Υψηλό παρουσιάζεται το ποσοστό που διατηρεί μια ουδέτερη στάση με 19% να απαντά “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 6

E BANKING[ΒΕΛΤΙΩΣΕ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ ΤΗΝ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	45	37.190	37.190	37.190
2	46	38.017	38.017	75.207
3	23	19.008	19.008	94.215
4	7	5.785	5.785	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 6



Συνεχίζοντας αναφορικά με το e-banking, ο πίνακας 7 δείχνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία συμφωνεί συνολικά με ποσοστό 77% ότι μειώθηκε ο φόρτος εργασίας των υπαλλήλων με την συγκεκριμένη ηλεκτρονική υπηρεσία. Από την άλλη, 6 άτομα

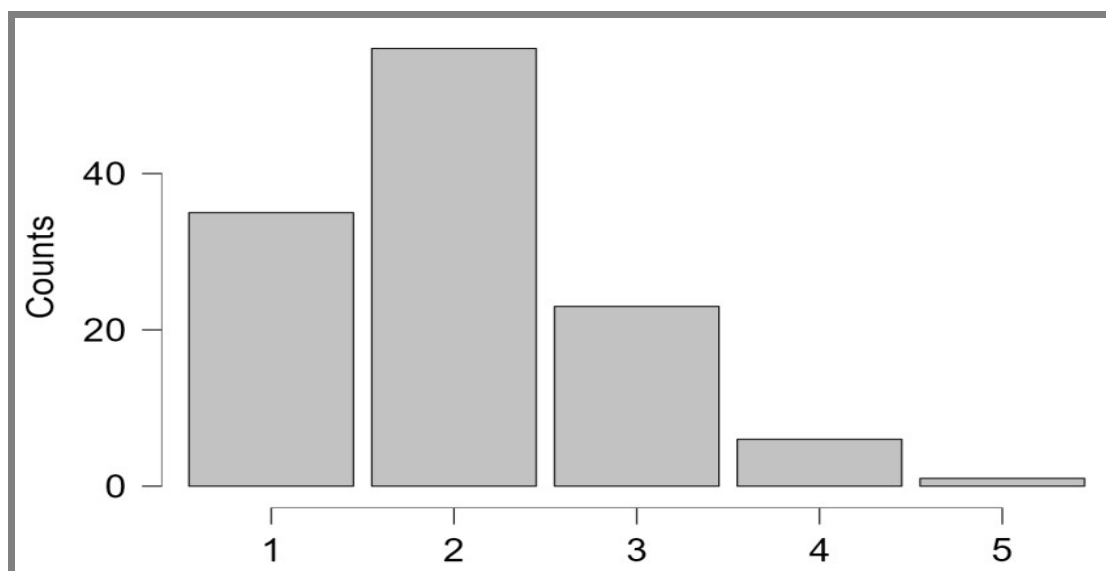
από τα 121 διαφωνούν και μόλις 1 άτομο διαφωνεί απόλυτα. Τέλος, το 19% του δείγματος συνεχίζει ουδέτερα, ούτε να συμφωνεί/ούτε να διαφωνεί με την παραπάνω δήλωση.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 7

Ε BANKING[ΜΕΙΩΣΕ ΤΟΝ ΦΟΡΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ]	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	35	28.926	28.926	28.926
2	56	46.281	46.281	75.207
3	23	19.008	19.008	94.215
4	6	4.959	4.959	99.174
5	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 7



Το αν το e-banking αποτελεί εμπόδιο στην προώθηση τραπεζικών προϊόντων, το δείγμα όπως φαίνεται στον πίνακα 8 συμφωνεί με 22,3% και συμφωνεί απόλυτα με 28% με την συγκεκριμένη δήλωση. Το 23,1% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί ενώ το

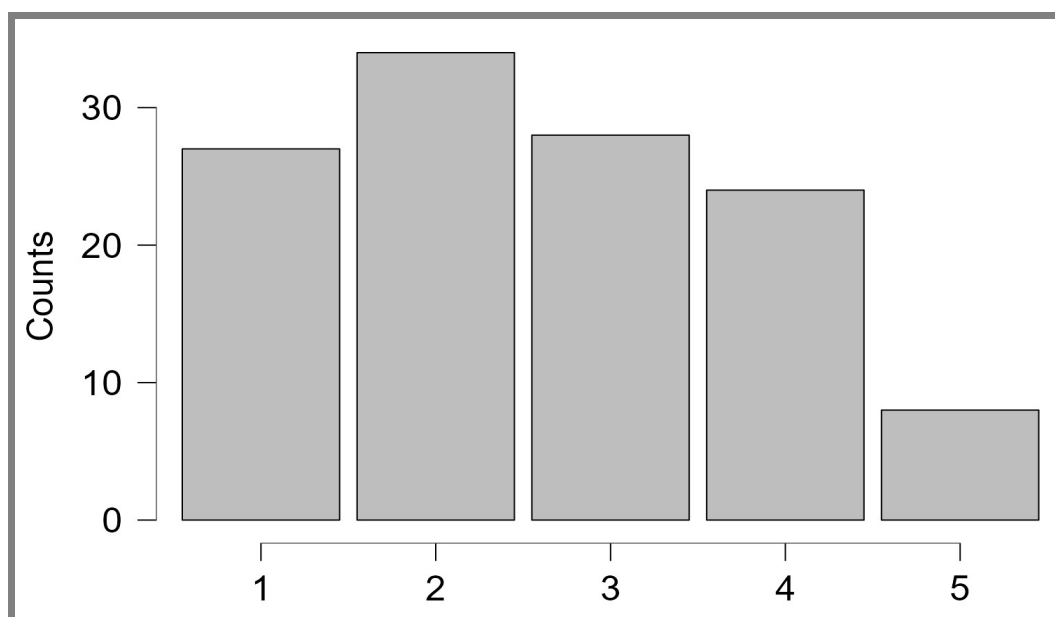
19,8 διαφωνεί και το 6,6% διαφωνεί απόλυτα. Το δείγμα φαίνεται να είναι σχετικά ισόποσα μοιρασμένο με την παρούσα δήλωση.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 8

Ε BANKING[ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΕΜΠΟΔΙΟ ΣΤΗ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	27	22.314	22.314	22.314
2	34	28.099	28.099	50.413
3	28	23.140	23.140	73.554
4	24	19.835	19.835	93.388
5	8	6.612	6.612	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 8



Ο πίνακας 9 εξετάζει τον βαθμό συμφωνίας ή διαφωνίας αναφορικά με το αν το e-banking διέγυρνε την πελατειακή βάση των τραπεζών και συγκεκριμένα ανέδειξε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό με 38,8% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί με αυτό. Περαιτέρω, το 24,7% συμφωνεί ενώ το 19,8% συμφωνεί απόλυτα. Τέλος, μικρότερα

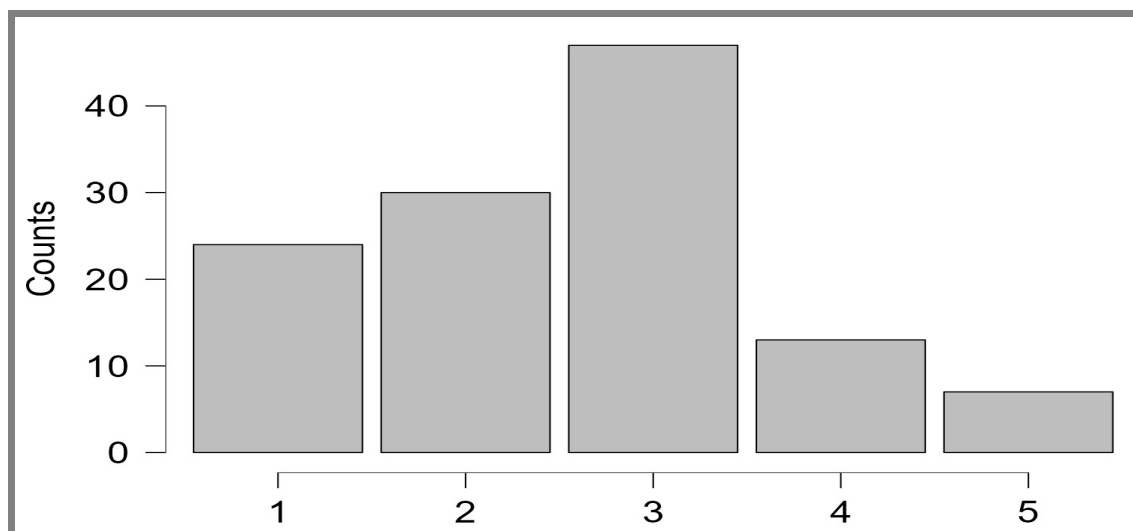
είναι τα ποσοστά που διαφωνούν με το 10,7% να διαφωνεί και το 5,7% να διαφωνεί απόλυτα. Τα ποσοστά συνάδουν με αυτά του πίνακα 8 εφόσον το δείγμα θεωρεί ότι εν μέρει το e-banking είναι τροχοπέδη στην προώθηση των τραπεζικών προϊόντων και επομένως δεν διευρύνει την πελατειακή βάση.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 9

E BANKING[ΔΙΕΥΡΥΝΕ ΤΗΝ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗ ΒΑΣΗ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ]	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	24	19.835	19.835	19.835
2	30	24.793	24.793	44.628
3	47	38.843	38.843	83.471
4	13	10.744	10.744	94.215
5	7	5.785	5.785	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 9



Τέλος, ο πίνακας 10 εξετάζει την γνώμη των τραπεζικών υπαλλήλων για το αν το e-banking είναι το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών και συμπεραίνει ότι η συντριπτική πλειοψηφία των τραπεζικών υπαλλήλων συμφωνεί συνολικά με ποσοστό

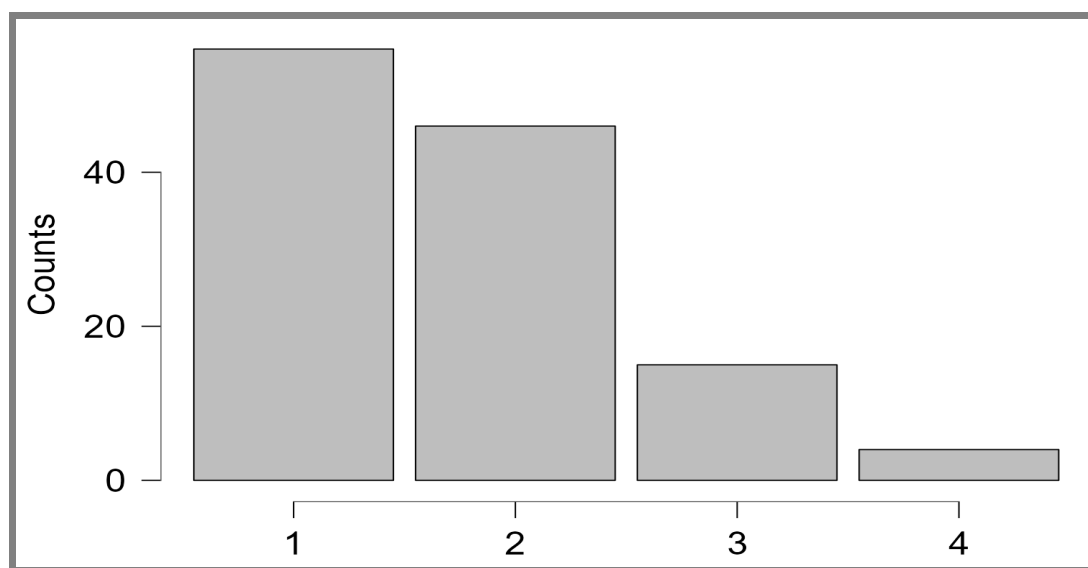
84% με αυτό ενώ μόλις το 3,3% διαφωνεί. Τέλος, το 12,3% που αντιστοιχεί σε 15 άτομα από τα 121 κρατά ουδετερότητα με την απάντηση “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 10

Ε BANKING[ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	56	46.281	46.281	46.281
2	46	38.017	38.017	84.298
3	15	12.397	12.397	96.694
4	4	3.306	3.306	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 10



5.2.2. Automatic Payment System (APS)

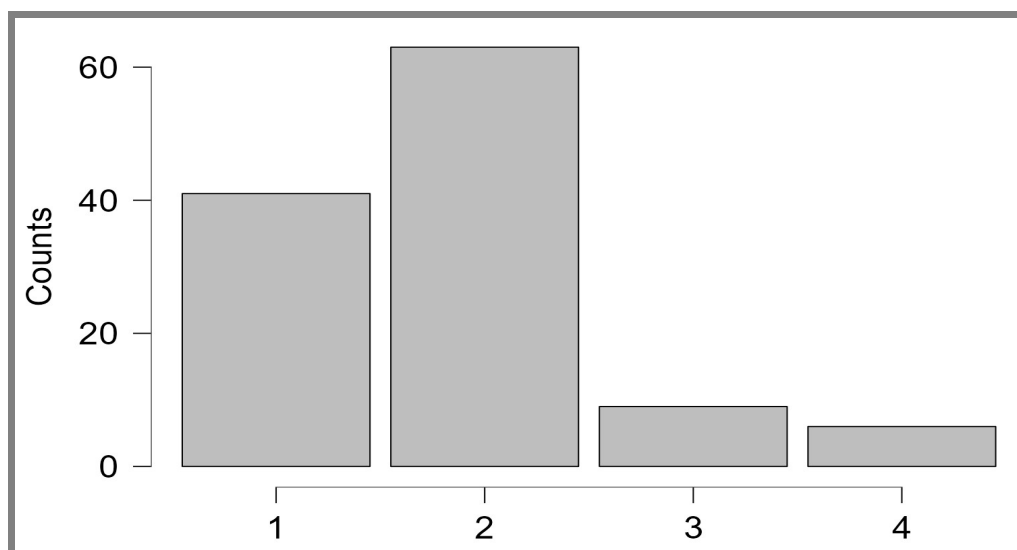
Ο πίνακας 11 παρουσιάζει τα αποτελέσματα αναφορικά με τη λειτουργία του APS και αν παρέχει άμεση εξόφληση λογαριασμών με μηδενικό ή ελάχιστο κόστος και φαίνεται ότι οι περισσότεροι ερωτώμενοι είτε συμφωνούν είτε συμφωνούν απόλυτα (85,8% συνολικά) ενώ μόλις 4,9% διαφωνεί. Επίσης, το 7,4% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 11

AUTOMATIC PAYMENT SYSTEM(APS)[ΑΜΕΣΗ ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΜΕ ΜΗΔΕΝΙΚΟ Ή ΕΛΑΧΙΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	41	33.884	34.454	34.454
2	63	52.066	52.941	87.395
3	9	7.438	7.563	94.958
4	6	4.959	5.042	100.000
Missing	2	1.653		
Total	121	100.000		

Γράφημα 11



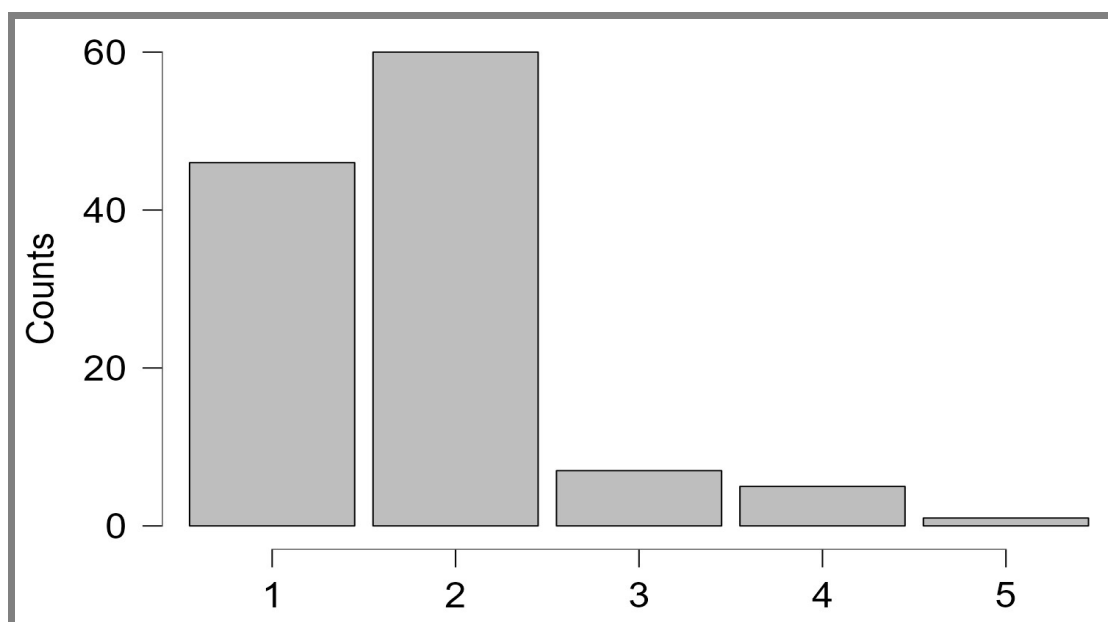
Ο παρακάτω πίνακας 12, εμφανίζει τα ποσοστά για την γρήγορη εξόφληση χωρίς αναμονή από την υπηρεσία APS. Υψηλότερο φαίνεται το ποσοστό που συμφωνεί με αυτό (87,5%) και μικρότερο το ποσοστό που διαφωνεί (5%). Επίσης, επτά άτομα από τα 121 ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 12

AUTOMATIC PAYMENT SYSTEM(APS)[ΓΡΗΓΟΡΗ ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΧΩΡΙΣ ΑΝΑΜΟΝΗ]	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	46	38.017	38.655	38.655
2	60	49.587	50.420	89.076
3	7	5.785	5.882	94.958
4	5	4.132	4.202	99.160
5	1	0.826	0.840	100.000
Missing	2	1.653		
Total	121	100.000		

Γράφημα 12



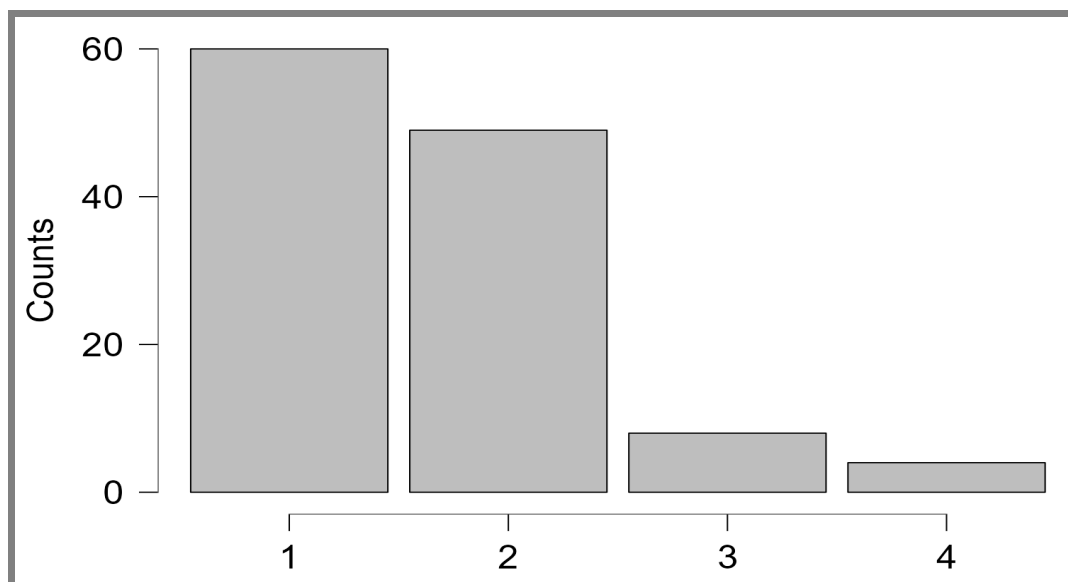
Συνεχίζοντας στον πίνακα 13 βλέπουμε ότι τα 2/3 του δείγματος συμφωνούν με το γεγονός ότι μειώνονται οι διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ των υπαλλήλων και των πελατών εξαιτίας της υπηρεσίας APS ενώ πολύ λιγότερο είναι το ποσοστό που διαφωνεί (3,3%). Τέλος, από τα 121 άτομα, τα 8 απαντούν ουδέτερα με την επιλογή “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 13

AUTOMATIC PAYMENT SYSTEM(APS)[ΜΕΙΩΣΗ ΔΙΑΠΡΟΣΩΠΙΚΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕΤΑΞΥ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΚΑΙ ΠΕΛΑΤΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	60	49.587	49.587	49.587
2	49	40.496	40.496	90.083
3	8	6.612	6.612	96.694
4	4	3.306	3.306	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 13



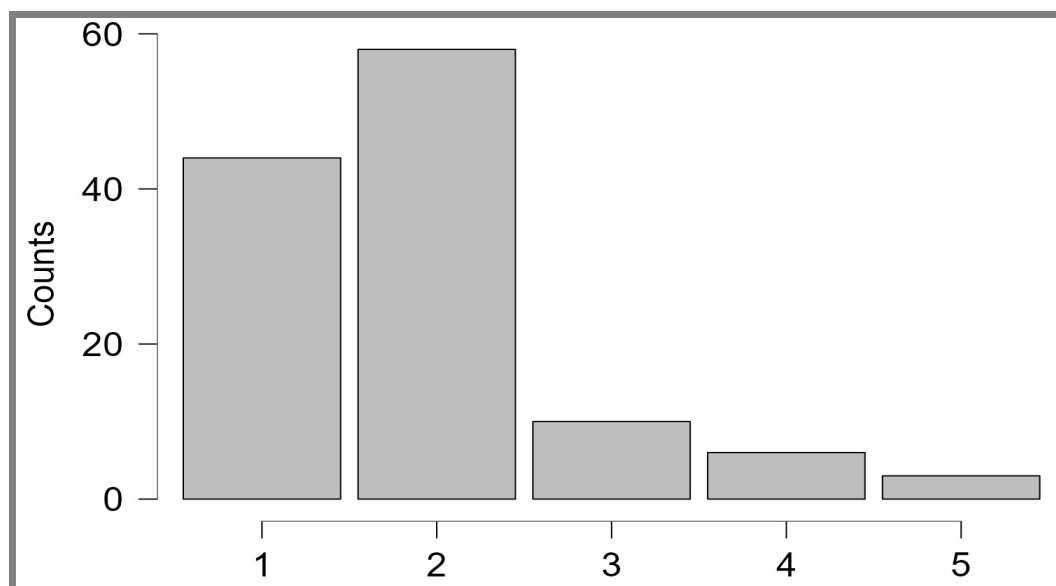
Οι απαντήσεις για την τελευταία ερώτηση σχετικά με το APS, παρουσιάζονται στον πίνακα 14 και δείχνουν τον υψηλό βαθμό συμφωνίας για το ότι η εξόφληση των λογαριασμών μέσω APS δεν δημιουργεί πελατειακές σχέσεις με την τράπεζα σε συνολικό ποσοστό 84% έναντι του 7,3% που διαφωνεί. Επίσης υπάρχουν 10 άτομα από τα 121 που ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν με την παρούσα δήλωση.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα.

Πίνακας 14

AUTOMATIC PAYMENT SYSTEM(APS)[ΕΞΟΦΛΗΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΧΩΡΙΣ ΔΕΥΣΜΕΥΣΗ ΠΕΛΑΤΕΙΑΚΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	44	36.364	36.364	36.364
2	58	47.934	47.934	84.298
3	10	8.264	8.264	92.562
4	6	4.959	4.959	97.521
5	3	2.479	2.479	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 14



5.2.3 Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών (ATM)

Στη συνέχεια του ερωτηματολογίου εξετάζονται οι απόψεις των τραπεζικών υπαλλήλων για τα ATM. Ο πίνακας 15 παρουσιάζει τα ποσοστά του δείγματος που συμφωνούν ή διαφωνούν για την εύκολη χρήση των ATM για όλες τις ηλικίες και συγκεκριμένα παρουσιάζεται ότι το 52% συμφωνεί με αυτό ενώ το 30% διαφωνεί.

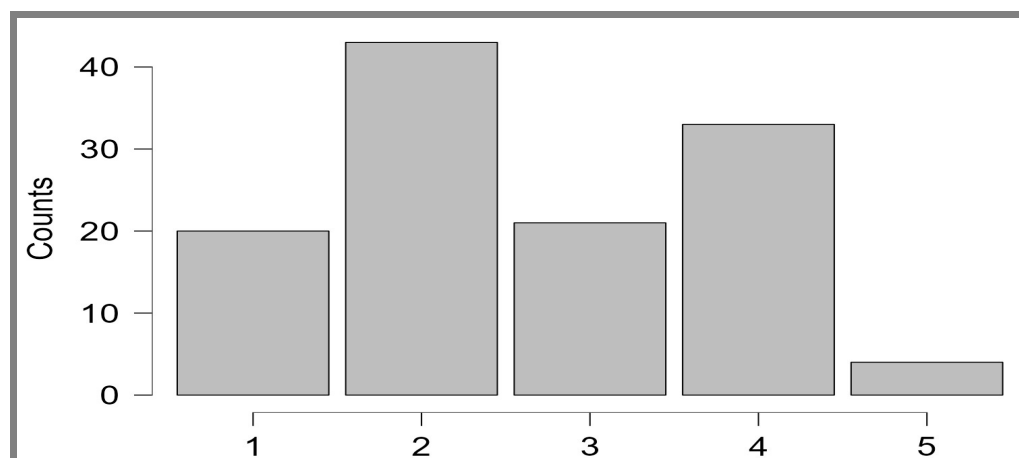
Αρκετά μεγάλο είναι το ποσοστό που ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί εκφράζοντας το 17,3% του δείγματος.

Όπου 1= Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 15

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ-ΑΤΜ[ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΑ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΗΛΙΚΙΑΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	20	16.529	16.529	16.529
2	43	35.537	35.537	52.066
3	21	17.355	17.355	69.421
4	33	27.273	27.273	96.694
5	4	3.306	3.306	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 15



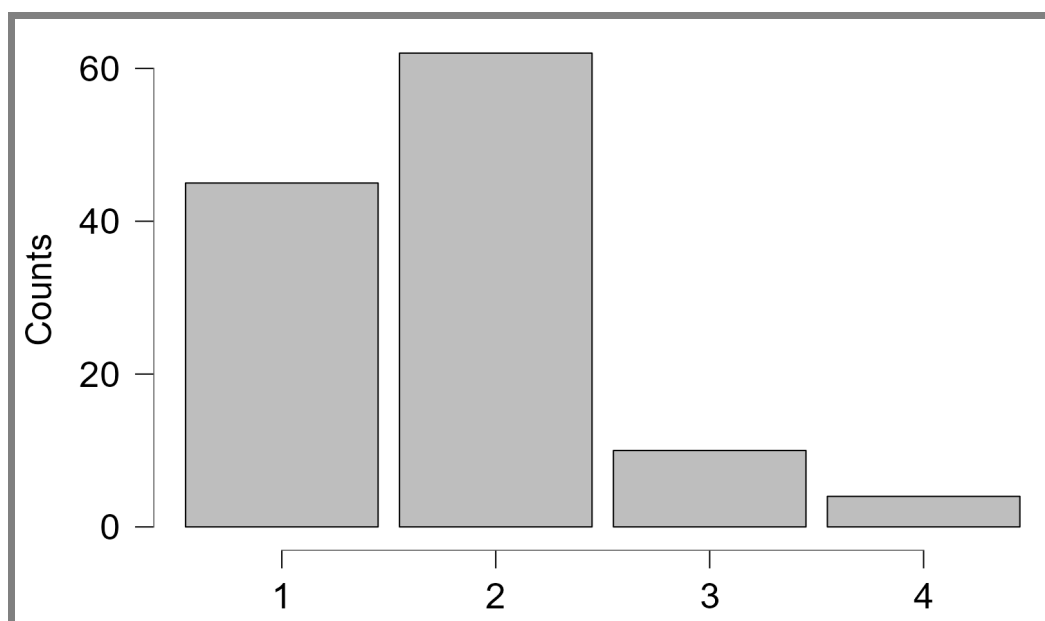
Ο πίνακας 16 δείχνει ότι 107 άτομα από τα 121 εκφράζουν υψηλό βαθμό συμφωνίας για το γεγονός ότι τα ΑΤΜ εξοικονομούν χρόνο ενώ μόνο 4 άτομα διαφωνούν με αυτό. Παράλληλα, εμφανίζονται 10 άτομα από το δείγμα που ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν.

Όπου 1= Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 16

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ-ΑΤΜ [ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΟΥΝ ΧΡΟΝΟ]		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1		45	37.190	37.190	37.190
2		62	51.240	51.240	88.430
3		10	8.264	8.264	96.694
4		4	3.306	3.306	100.000
Missing		0	0.000		
Total		121	100.000		

Γράφημα 16



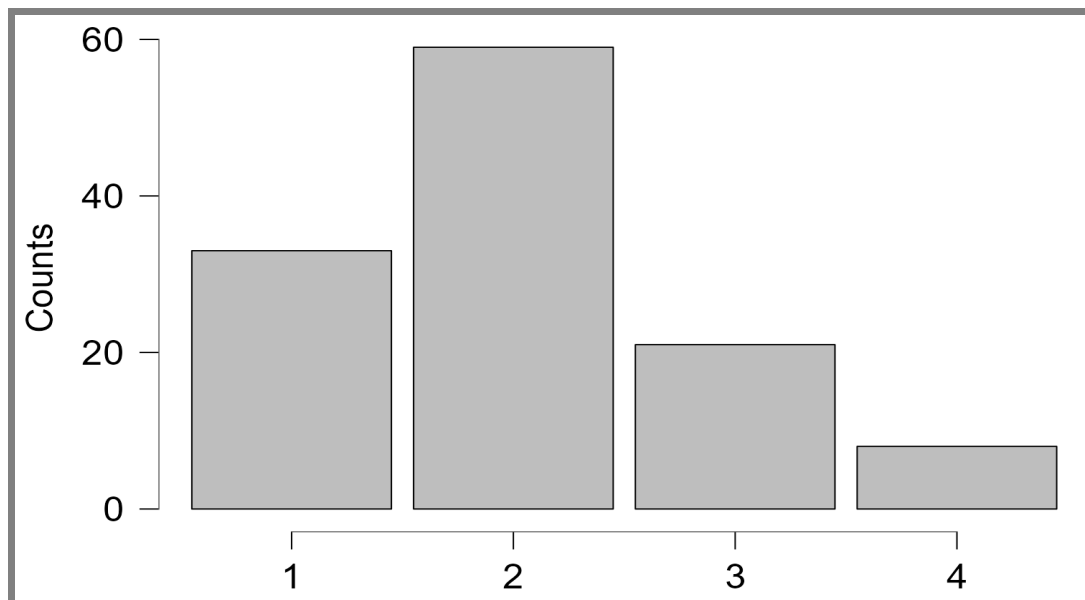
Υψηλά είναι τα ποσοστά συμφωνίας σύμφωνα με τον πίνακα 17 και για το αν τα ΑΤΜ μειώνουν τα εργασιακά καθήκοντα των υπαλλήλων. Αναλυτικότερα, το 27,2% συμφωνεί απόλυτα με αυτό και το 48,7% συμφωνεί. Το 17,3% ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί ενώ το 6,6% διαφωνεί.

Όπου 1= Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα.

Πίνακας 17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	33	27.273	27.273	27.273
2	59	48.760	48.760	76.033
3	21	17.355	17.355	93.388
4	8	6.612	6.612	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 17



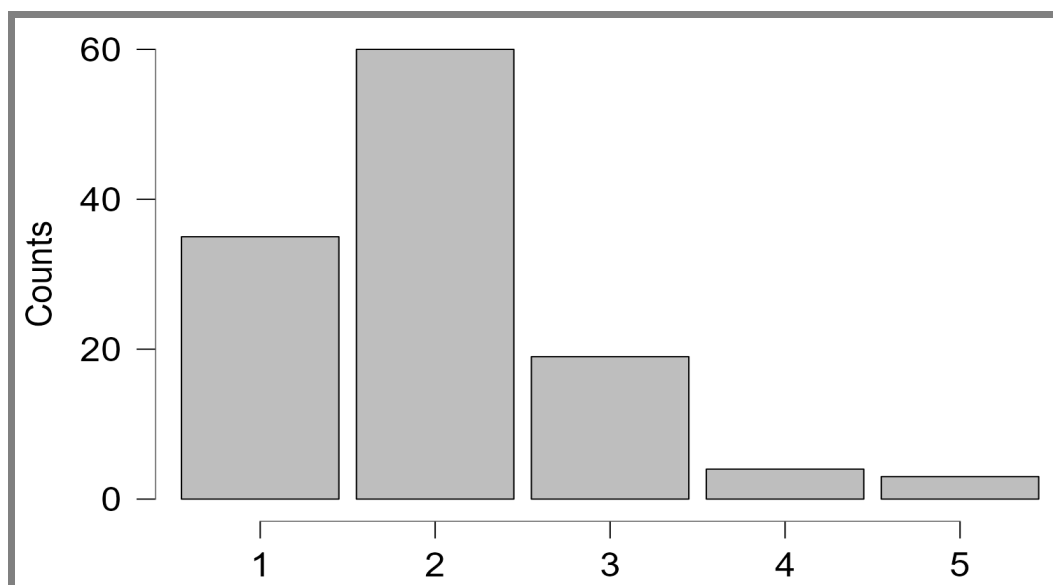
Βάσει του πίνακα 18, οι 95 ερωτώμενοι από τους 121 συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα ότι τα ΑΤΜ μειώνουν τα λειτουργικά έξοδα της Τράπεζας ενώ μόλις 7 ερωτώμενοι διαφωνούν συνολικά με αυτό. Παρόλα αυτά, εμφανίζονται 19 άτομα να απαντούν “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”.

Όπου 1= Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 18

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ- ΑΤΜ[ΜΕΙΩΝΟΥΝ ΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	35	28.926	28.926	28.926
2	60	49.587	49.587	78.512
3	19	15.702	15.702	94.215
4	4	3.306	3.306	97.521
5	3	2.479	2.479	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 18



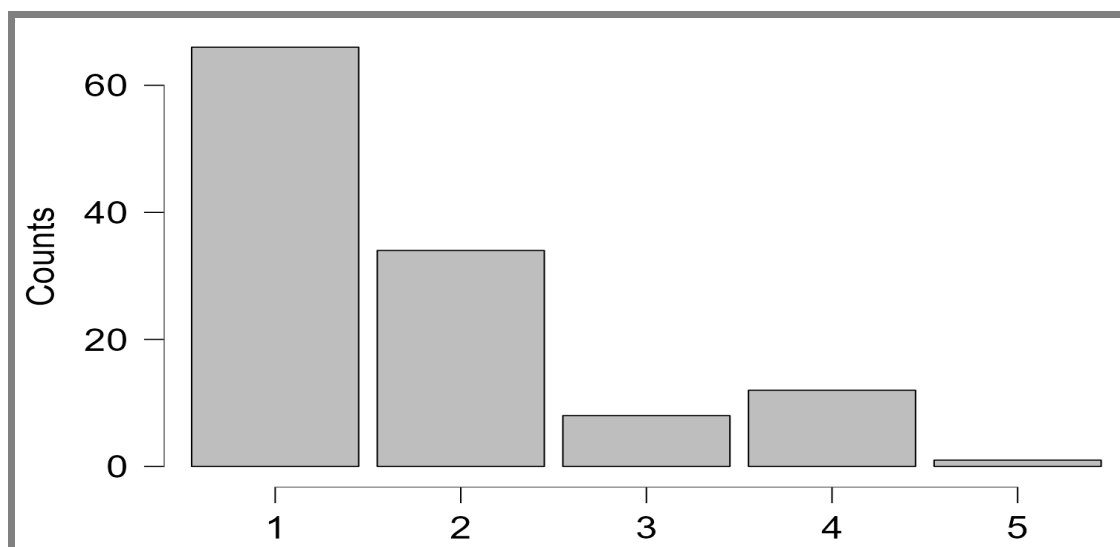
Αναφορικά με την τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου για τα ΑΤΜ, ο πίνακας 19 δείχνει ότι τα 2/3 του δείγματος θεωρούν τα συγκεκριμένα μηχανήματα ότι συμβάλλουν στην συρρίκνωση των τραπεζών εκφράζοντας το 82% του δείγματος. Μόλις το 10% περίπου έχει αντίθετη άποψη και διαφωνεί με αυτή την δήλωση ενώ το 6,6% εκφράζεται ουδέτερα με την απάντηση “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ”.

Όπου 1= Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 19

ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ- ΑΤΜ[ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΣΥΡΡΙΚΝΩΣΗ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩ]	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	66	54.545	54.545	54.545
2	34	28.099	28.099	82.645
3	8	6.612	6.612	89.256
4	12	9.917	9.917	99.174
5	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 19



5.3. Παράγοντες Σημαντικότητας για Χρήση Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών

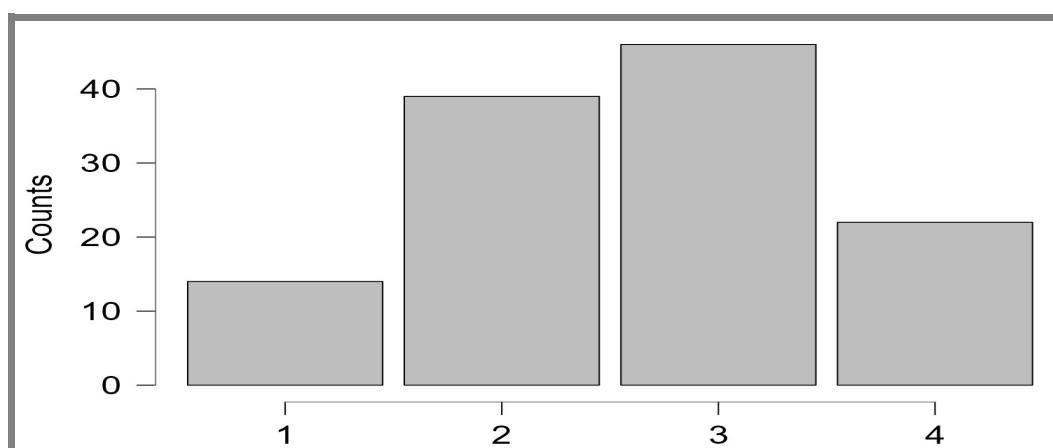
Προχωρώντας στο ερωτηματολόγιο εξετάζονται οι παράγοντες σημαντικότητας για την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και ο πίνακας 20 δείχνει ότι το marketing και η προώθηση προϊόντων για το 38% του δείγματος είναι αρκετά σημαντικός παράγοντας για να χρησιμοποιήσει τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες ενώ το 18% δηλώνει ότι είναι πολύ σημαντικός. Από την άλλη, για το 32,2% του δείγματος είναι λίγο σημαντικός παράγοντας και για το 11,5% κρίνεται ως καθόλου σημαντικός παράγοντας.

Όπου 1= Καθόλου σημαντικός, 2= Λίγο σημαντικός, 3= Αρκετά σημαντικός, 4=Πολύ σημαντικός

Πίνακας 20

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ[ΚΑΛΥΤΕΡΟ MARKETING ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	14	11.570	11.570	11.570
2	39	32.231	32.231	43.802
3	46	38.017	38.017	81.818
4	22	18.182	18.182	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 20



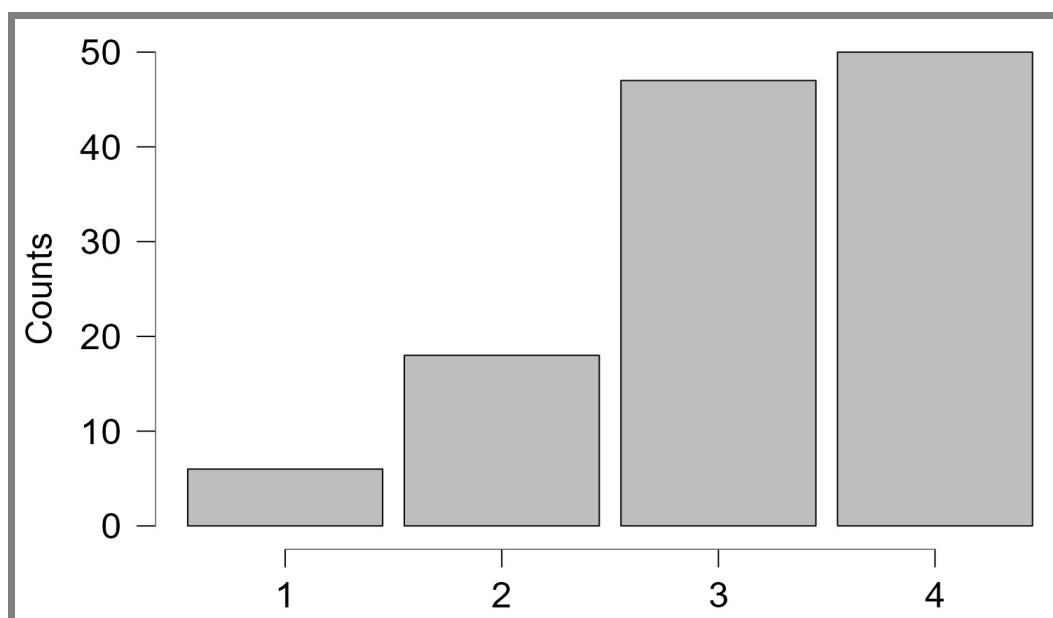
Ο πίνακας 21 αντικατοπτρίζει τις απόψεις των τραπεζικών υπαλλήλων αναφορικά με τα συστήματα ασφαλείας των τραπεζών όπου παρουσιάζεται ως πολύ σημαντικός παράγοντας χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών για το 41,3% και αρκετά σημαντικός για το 38,8%. Αντίθετα, το 14,8% θεωρεί ότι είναι λίγο σημαντικός παράγοντας και το 4,9% καθόλου σημαντικός.

Όπου 1= Καθόλου σημαντικός, 2= Λίγο σημαντικός, 3= Αρκετά σημαντικός, 4=Πολύ σημαντικός

Πίνακας 21

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ[ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	6	4.959	4.959	4.959
2	18	14.876	14.876	19.835
3	47	38.843	38.843	58.678
4	50	41.322	41.322	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 21



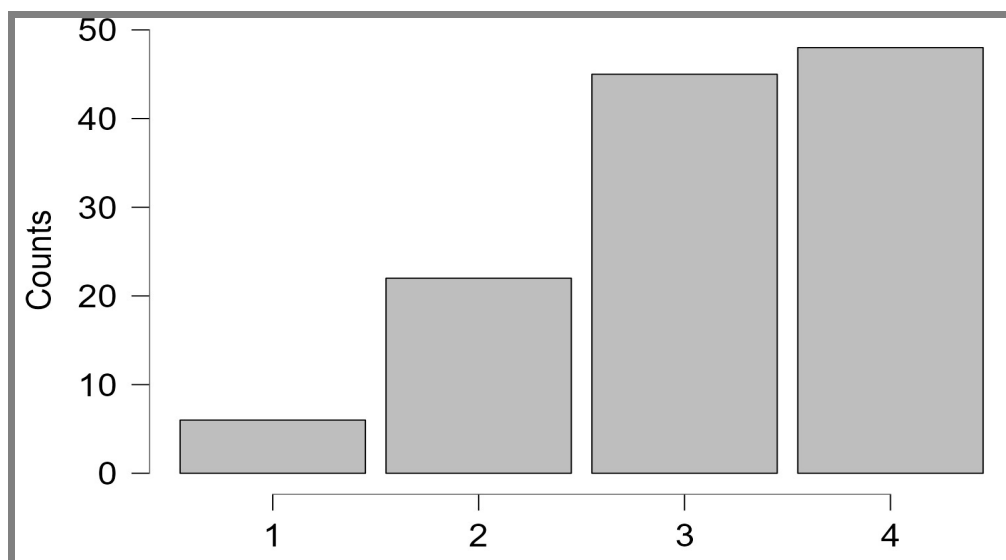
Σύμφωνα με τον πίνακα 22, η συρρίκνωση δικτύου των τραπεζών εξαιτίας της οικονομικής κρίσης είναι πολύ σημαντικός παράγοντας για το 39,6% του δείγματος και αρκετά σημαντικός παράγοντας για το 37,1% του δείγματος. Παράλληλα, για το 18,1% του δείγματος θεωρείται λίγο σημαντικός παράγοντας ενώ για το 4,9% θεωρείται καθόλου σημαντικός παράγοντας

Όπου 1= Καθόλου σημαντικός, 2= Λίγο σημαντικός, 3= Αρκετά σημαντικός, 4=Πολύ σημαντικός

Πίνακας 22

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΧΡΗΣΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ[ΣΥΡΡΙΚΝΩΣΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ ΛΟΓΩ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	6	4.959	4.959	4.959
2	22	18.182	18.182	23.140
3	45	37.190	37.190	60.331
4	48	39.669	39.669	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 22



5.4. Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες της Τράπεζας Πειραιώς

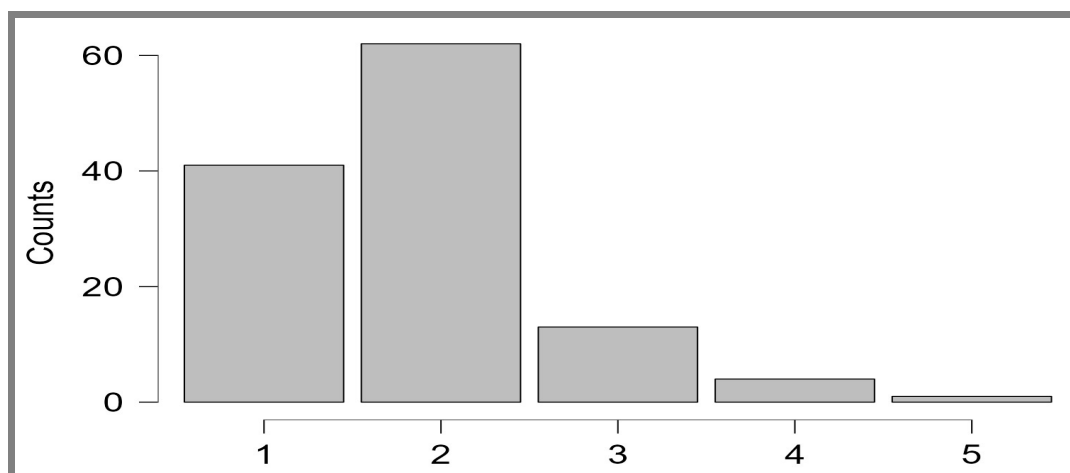
Το τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου εξετάζει τις απόψεις των τραπεζικών υπαλλήλων αναφορικά με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της Τράπεζας Πειραιώς όπου και εργάζονται. Έτσι, σύμφωνα με τον πίνακα 23 προκύπτει ότι το 85% του δείγματος συμφωνεί/συμφωνεί απόλυτα ότι η ταχύτητα εισόδου στον ηλεκτρονικό λογαριασμό είναι γρήγορη ενώ μόνο 5 άτομα διαφωνούν/διαφωνούν απόλυτα με αυτό. Ταυτόχρονα, εμφανίζονται 13 άτομα που ούτε συμφωνούν/ούτε διαφωνούν.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα.

Πίνακας 23

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ [Η ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΤΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ ΕΙΝΑΙ ΓΡΗΓΟΡΗ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	41	33.884	33.884	33.884
2	62	51.240	51.240	85.124
3	13	10.744	10.744	95.868
4	4	3.306	3.306	99.174
5	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 23



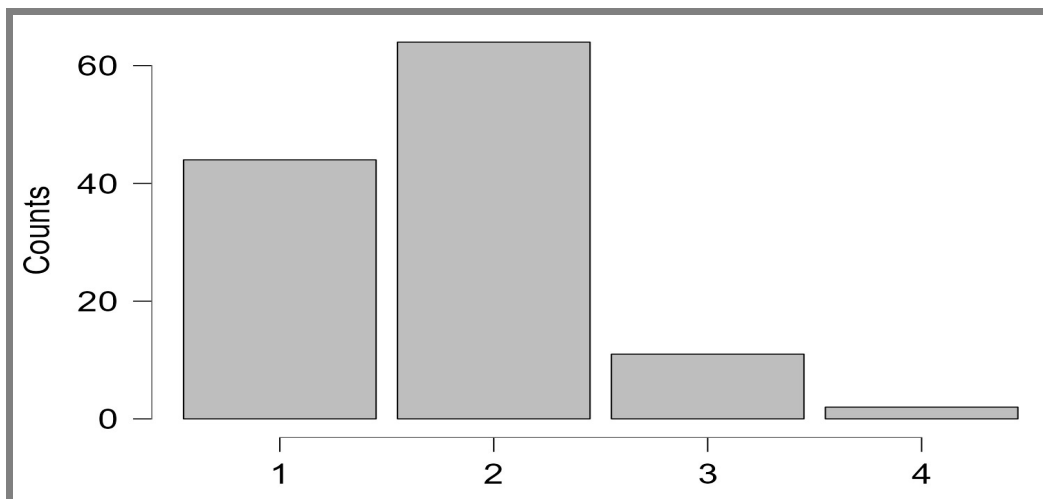
Ο παρακάτω πίνακας 24 παρουσιάζει ελάχιστες διαφορές με τον πίνακα 22 καθώς η ερώτηση αφορά την ταχύτητα εξόδου από τον ηλεκτρονικό λογαριασμό. Φαίνεται εξίσου ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων των τραπεζικών υπαλλήλων της Τράπεζας Πειραιώς να συμφωνεί με 89% ενώ να διαφωνεί μόλις με 1,6%. Το 9% συνεχίζει ούτε να συμφωνεί/ούτε να διαφωνεί.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 24

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ[Η ΤΑΧΥΤΗΤΑ ΕΞΟΔΟΥ ΣΤΟΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟ ΕΙΝΑΙ ΓΡΗΓΟΡΗ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	44	36.364	36.364	36.364
2	64	52.893	52.893	89.256
3	11	9.091	9.091	98.347
4	2	1.653	1.653	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 24



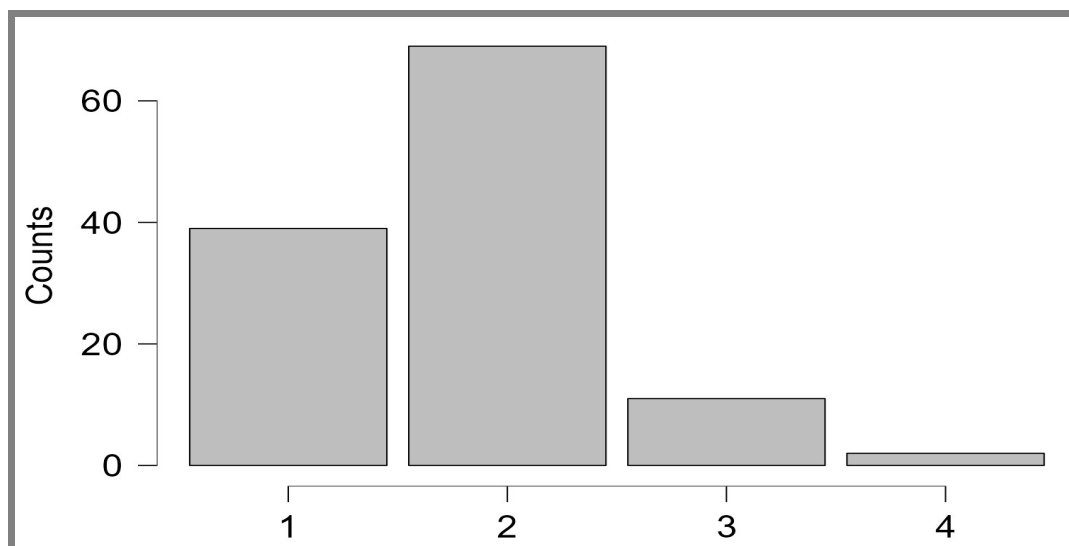
Σύμφωνα με τον πίνακα 25 , οι ερωτώμενοι συμφωνούν με 57% και με 32,2% συμφωνούν απόλυτα με το ότι η εκτέλεση των εντολών στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της Τράπεζας Πειραιώς γίνεται σχετικά γρήγορα ενώ μόνο δυο άτομα δείχνουν να διαφωνούν. Το 9% διατηρεί ουδετερότητα με την συγκεκριμένη ερώτηση.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα.

Πίνακας 25

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ[Η ΕΚΤΕΛΕΣΗ ΤΩΝ ΕΝΤΟΛΩΝ ΓΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΣΧΕΤΙΚΑ ΓΡΗΓΟΡΟ ΧΡΟΝΟ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	39	32.231	32.231	32.231
2	69	57.025	57.025	89.256
3	11	9.091	9.091	98.347
4	2	1.653	1.653	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 25



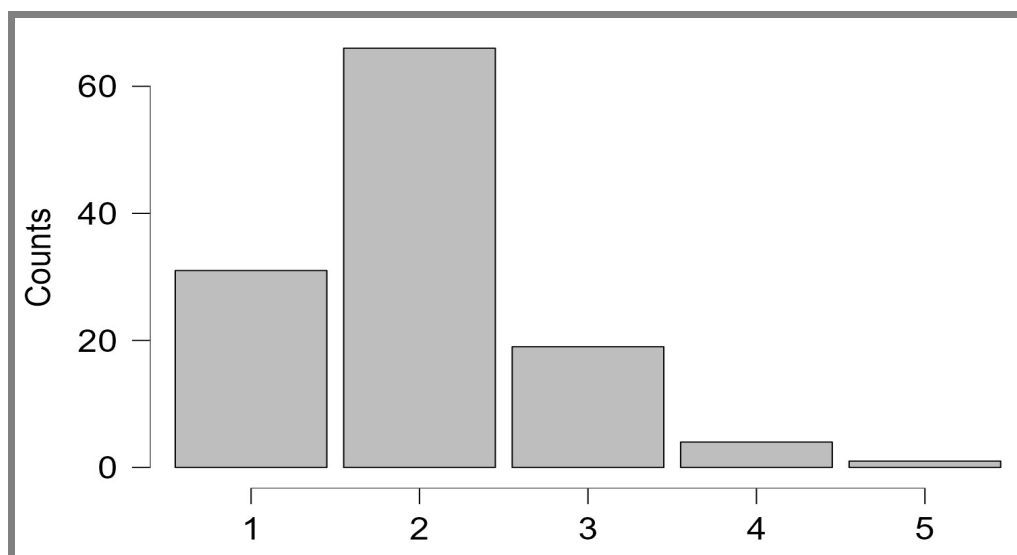
Στον πίνακα 26 παρουσιάζεται ότι 98 από τα 121 άτομα του συνολικού δείγματος και τα οποία αποτελούν και την συντριπτική πλειοψηφία, συμφωνούν με το ότι η ιστοσελίδα της Τράπεζας Πειραιώς είναι εύκολη και απλή και μόνο 5 άτομα διαφωνούν με αυτό. Ταυτόχρονα, 19 ερωτώμενοι ούτε συμφωνούν/ ούτε διαφωνούν.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα.

Πίνακας 26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	31	25.620	25.620	25.620
2	66	54.545	54.545	80.165
3	19	15.702	15.702	95.868
4	4	3.306	3.306	99.174
5	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 26



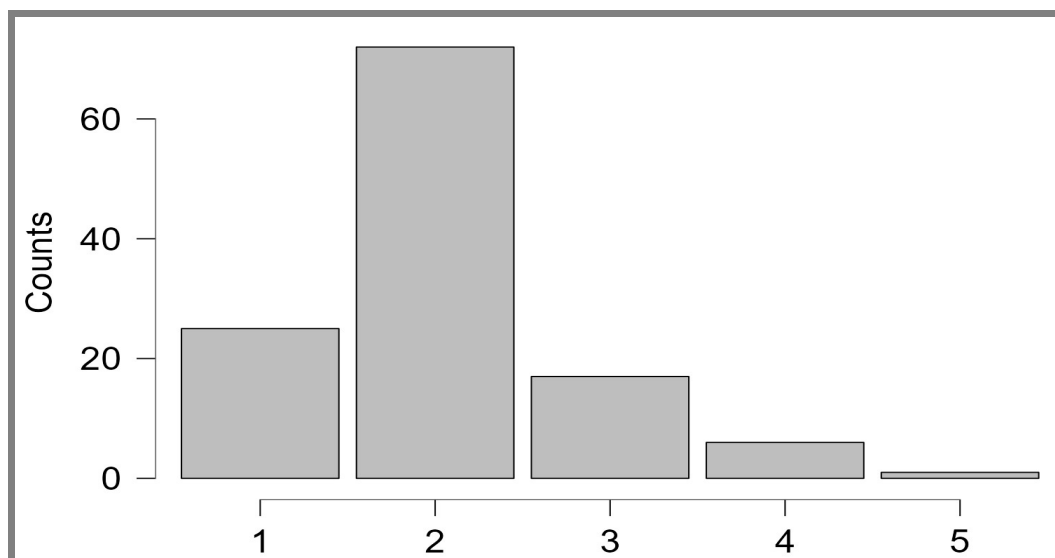
Σύμφωνα με τον πίνακα 27 το 80% των συμμετεχόντων στην έρευνα συμφωνούν/συμφωνούν απόλυτα ότι στην ιστοσελίδα της συγκεκριμένης τράπεζας μπορείς να βρεις τις πληροφορίες που χρειάζεσαι για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από την αντίστοιχη τράπεζα εν αντιθέσει με το 5,5% το οποίο διαφωνεί με την συγκεκριμένη δήλωση. Επίσης, 17% δηλώνει ότι ούτε συμφωνεί/ούτε διαφωνεί.

Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 27

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ[ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΜΠΟΡΕΙΣ ΝΑ ΒΡΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΙ]				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	25	20.661	20.661	20.661
2	72	59.504	59.504	80.165
3	17	14.050	14.050	94.215
4	6	4.959	4.959	99.174
5	1	0.826	0.826	100.000
Missing	0	0.000		
Total	121	100.000		

Γράφημα 27



Ο πίνακας 28 παρουσιάζει την τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου και υποδεικνύει ότι το 73,5% συμφωνεί συνολικά ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται από την τράπεζα Πειραιώς είναι ασφαλείς έναντι του 5% που διαφωνεί πάνω σ αυτό. Παρόλα αυτά υψηλό θεωρείται το ποσοστό της επιλογής “ούτε συμφωνώ/ούτε διαφωνώ” που φτάνει το 21,4%.

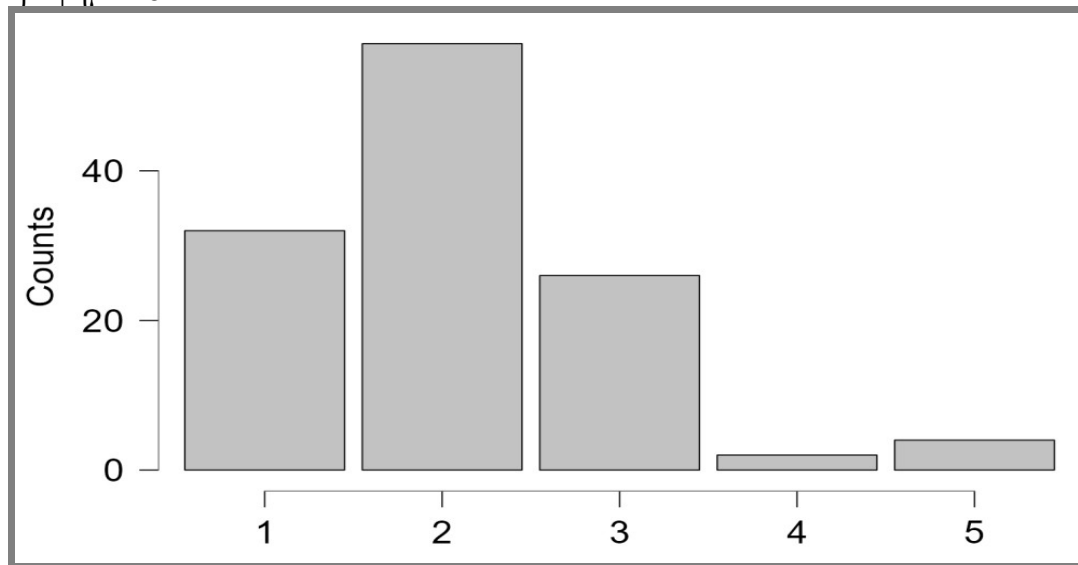
Όπου 1=Συμφωνώ Απόλυτα, 2= Συμφωνώ, 3= Ούτε συμφωνώ/ Ούτε διαφωνώ, 4= Διαφωνώ, 5= Διαφωνώ απόλυτα

Πίνακας 28

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ[ΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΙΝΑΙ ΑΣΦΑΛΕΙΣ]					
1		32	26.446	26.446	26.446
2		57	47.107	47.107	73.554
3		26	21.488	21.488	95.041
4		2	1.653	1.653	96.694
5		4	3.306	3.306	100.000
Missing		0	0.000		
Total		121	100.000		

Γράφημα 28



5.5. Συσχετίσεις

Contingency Tables

		Ε BANKING[ΜΕΙΩΣΕ ΤΟΝ ΦΟΡΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ					
ΦΥΛΟ		1	2	3	4	5	Total
ΑΝΔΡΕΣ	Count	8.000	21.000	5.000	1.000	0.000	35.000
	%	22.857 %	60.000 %	14.286 %	2.857 %	0.000 %	100.000 %
	within						

Contingency Tables

		Ε ΒANKING[ΜΕΙΩΣΕ ΤΟΝ ΦΟΡΤΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ					
ΦΥΛΟ		1	2	3	4	5	Total
ΓΥΝΑΙΚΕΣ	row %						
	within column	22.857 %	37.500 %	21.739 %	16.667 %	0.000 %	28.926 %
	% of total	6.612 %	17.355 %	4.132 %	0.826 %	0.000 %	28.926 %
	Count	26.000	35.000	18.000	5.000	1.000	85.000
	% within row	30.588 %	41.176 %	21.176 %	5.882 %	1.176 %	100.000 %
	% within column	74.286 %	62.500 %	78.261 %	83.333 %	100.000 %	70.248 %
	% of total	21.488 %	28.926 %	14.876 %	4.132 %	0.826 %	70.248 %
ΑΛΛΟ	Count	1.000	0.000	0.000	0.000	0.000	1.000
	% within row	100.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	100.000 %
	% within column	2.857 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.826 %
	% of total	0.826 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.000 %	0.826 %
	Count	35.000	56.000	23.000	6.000	1.000	121.000
	% within row	28.926 %	46.281 %	19.008 %	4.959 %	0.826 %	100.000 %
	% within column	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %
Total	% of total	28.926 %	46.281 %	19.008 %	4.959 %	0.826 %	100.000 %

Στον παραπάνω πίνακα ελέγχουμε αν οι μεταβλητές φύλο και «το e-banking μείωσε τον φόρτο εργασίας των υπαλλήλων» είναι ανεξάρτητες. Βλέπουμε πως από το σύνολο των 121 ερωτηθέντων, το 75,2% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ

το 5,77% του δείγματος βρίσκεται στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Τέλος το 19% τείνει στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Πιο συγκεκριμένα το 50,4% του συνόλου των γυναικών συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα με την άποψη αυτή, ενώ το 14,87% βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Μικρότερα ποσοστά στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Όσον αφορά τους άνδρες, το 23,95% συμφωνεί έως συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή, ενώ μικρότερα ποσοστά είτε τείνουν στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ είτε στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Τέλος όσον αφορά το άλλο το 0,82% συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή.

Chi-Squared Tests

	Value	df	p
X ²	6.380	8	0.605
N	121		

Στο παραπάνω πίνακάκι παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Για τον παραπάνω έλεγχο θα πρέπει να καθοριστούν τα εξής:

H₀: Το e-banking μείωσε τον φόρτο εργασίας των υπαλλήλων και το φύλο είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H₁: Το e-banking μείωσε τον φόρτο εργασίας των υπαλλήλων και το φύλο δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

Το κριτήριο απόφασης είναι:

Εάν $p > \alpha$, η H₀ είναι αποδεκτή.

Η απόφαση

Αν $\alpha = 0,05$, τότε $p = 0,60 > 0,05$, άρα η H₀ είναι δεκτή.

Επομένως για $\alpha = 0,05$ το φύλο και το e-banking μείωσε τον φόρτο εργασίας των υπαλλήλων είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

Contingency Tables

		ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ-ΑΤΜ [ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΟΥΝ ΧΡΟΝΟ]				
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		1	2	3	4	Total
ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ	Count	8.000	9.000	3.000	1.000	21.000
	% within row	38.095 %	42.857 %	14.286 %	4.762 %	100.000 %
	% within column	17.778 %	14.516 %	30.000 %	25.000 %	17.355 %
	% of total	6.612 %	7.438 %	2.479 %	0.826 %	17.355 %
ΑΕΙ	Count	13.000	19.000	2.000	1.000	35.000
	% within row	37.143 %	54.286 %	5.714 %	2.857 %	100.000 %
	% within column	28.889 %	30.645 %	20.000 %	25.000 %	28.926 %
	% of total	10.744 %	15.702 %	1.653 %	0.826 %	28.926 %
ΑΤΕΙ	Count	7.000	12.000	2.000	2.000	23.000
	% within row	30.435 %	52.174 %	8.696 %	8.696 %	100.000 %
	% within column	15.556 %	19.355 %	20.000 %	50.000 %	19.008 %
	% of total	5.785 %	9.917 %	1.653 %	1.653 %	19.008 %
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ	Count	16.000	18.000	3.000	0.000	37.000
	% within row	43.243 %	48.649 %	8.108 %	0.000 %	100.000 %
	% within column	35.556 %	29.032 %	30.000 %	0.000 %	30.579 %
	% of total	13.223 %	14.876 %	2.479 %	0.000 %	30.579 %
ΔΙΔΑΚΤΟΡΙΚΟ	Count	1.000	4.000	0.000	0.000	5.000
	% within row	20.000 %	80.000 %	0.000 %	0.000 %	100.000 %
	% within	2.222 %	6.452 %	0.000 %	0.000 %	4.132 %

Contingency Tables

		ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ-ΑΤΜ [ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΟΥΝ ΧΡΟΝΟ]				
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ		1	2	3	4	Total
	column % of total	0.826 %	3.306 %	0.000 %	0.000 %	4.132 %
	Count	45.000	62.000	10.000	4.000	121.000
	% within row	37.190 %	51.240 %	8.264 %	3.306 %	100.000 %
Total	% within column	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %
	% of total	37.190 %	51.240 %	8.264 %	3.306 %	100.000 %

Στον παραπάνω πίνακα ελέγχουμε αν οι μεταβλητές εκπαίδευση και «εξοικονόμηση χρόνου μέσω των ΑΤΜ» είναι ανεξάρτητες. Βλέπουμε πως από το σύνολο των 121 ερωτηθέντων, το 88,43% συμφωνεί έως συμφωνεί απόλυτα με την άποψη αυτή ενώ το 3,3% διαφωνεί. Σύμφωνα με την πρώτη κλίμακα εκπαίδευσης (δευτεροβάθμια), το 14% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 0,86% του δείγματος βρίσκεται στο διαφωνώ. Σύμφωνα με τη δεύτερη κλίμακα εκπαίδευσης (πτυχιούχοι ΑΕΙ), το 26,46% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 0,82% του δείγματος βρίσκεται στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Στην κλίμακα πτυχιούχοι ΑΤΕΙ, το 15,68% είναι στο συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 1,65% του δείγματος βρίσκεται στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Στην κλίμακα των κατόχων τίτλο Μεταπτυχιακού, το 28,09% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα. Τέλος στην κλίμακα κατόχων Διδακτορικού το 4,12% είναι συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα.

Chi-Squared Tests

	Value	df	p
X^2	7.441	12	0.827
N	121		

Στο παραπάνω πίνακάκι παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Για τον παραπάνω έλεγχο θα πρέπει να καθοριστούν τα εξής:

H_0 : Η εξοικονόμηση χρόνου μέσω των ATM και η εκπαίδευση είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H_1 : Η εξοικονόμηση χρόνου μέσω των ATM και η εκπαίδευση δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

Το κριτήριο απόφασης είναι:

Εάν $p > \alpha$, η H_0 είναι αποδεκτή.

Η απόφαση

Αν $\alpha = 0,05$, τότε $p = 0,82 > 0,05$, άρα η H_0 είναι δεκτή.

Επομένως για $\alpha = 0,05$ η εκπαίδευση και η εξοικονόμηση χρόνου μέσω των ATM είναι ανεξάρτητες μεταβλητές.

Contingency Tables

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ [Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΚΑΙ ΑΠΛΗ ΣΤΗΝ ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΤΗΣ]							
ΗΛΙΚΙΑ		1	2	3	4	5	Total
>20	Count	4.000	4.000	3.000	0.000	0.000	11.000
	% within row	36.364 %	36.364 %	27.273 %	0.000 %	0.000 %	100.000 %
	% within column	12.903 %	6.061 %	15.789 %	0.000 %	0.000 %	9.091 %
	% of total	3.306 %	3.306 %	2.479 %	0.000 %	0.000 %	9.091 %
	Count	2.000	6.000	1.000	0.000	1.000	10.000
21-30	% within row	20.000 %	60.000 %	10.000 %	0.000 %	10.000 %	100.000 %
	% within column	6.452 %	9.091 %	5.263 %	0.000 %	100.000 %	8.264 %
	% of total	1.653 %	4.959 %	0.826 %	0.000 %	0.826 %	8.264 %
	Count	5.000	9.000	6.000	2.000	0.000	22.000
	% within row	22.727 %	40.909 %	27.273 %	9.091 %	0.000 %	100.000 %
31-40	% within column	16.129 %	13.636 %	31.579 %	50.000 %	0.000 %	18.182 %
	% of total	4.132 %	7.438 %	4.959 %	1.653 %	0.000 %	18.182 %
	Count	16.000	30.000	5.000	2.000	0.000	53.000
	% within row	30.189 %	56.604 %	9.434 %	3.774 %	0.000 %	100.000 %
	41-50	% within column	51.613 %	45.455 %	26.316 %	50.000 %	0.000 %
% of total		13.223 %	24.793 %	4.132 %	1.653 %	0.000 %	43.802 %
Count		4.000	17.000	4.000	0.000	0.000	25.000
% within row		16.000 %	68.000 %	16.000 %	0.000 %	0.000 %	100.000 %
<50							

Contingency Tables

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΠΕΙΡΑΙΩΣ [Η ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΙΝΑΙ ΕΥΚΟΛΗ ΚΑΙ ΑΠΛΗ ΣΤΗΝ ΠΛΟΗΓΗΣΗ ΤΗΣ]						
ΗΛΙΚΙΑ	1	2	3	4	5	Total
within row %						%
within column % of total	12.903 %	25.758 %	21.053 %	0.000 %	0.000 %	20.661 %
Count	31.000	66.000	19.000	4.000	1.000	121.000
within row %	25.620 %	54.545 %	15.702 %	3.306 %	0.826 %	100.000 %
Total within column % of total	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %	100.000 %
within column % of total	25.620 %	54.545 %	15.702 %	3.306 %	0.826 %	100.000 %

Στον παραπάνω πίνακα ελέγχουμε αν οι μεταβλητές ηλικία και «θεωρείτε ότι η ιστοσελίδα της τράπεζας Πειραιώς είναι εύκολη και απλή στην πλοήγηση» είναι ανεξάρτητες. Βλέπουμε πως από το σύνολο των 121 ερωτηθέντων, το 57,16% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 4,1% του δείγματος βρίσκεται στο διαφωνώ έως διαφωνώ απόλυτα. Τέλος ένα 15,7% τείνει στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Στην ηλικιακή ομάδα κάτω των 20 ετών, το 6,6 συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 2,74% του δείγματος βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Στην ηλικιακή ομάδα των 21-30 ετών, το 6,6 συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 0,782% του δείγματος βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Στην ηλικιακή ομάδα των 31-40 ετών, το 11,5% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 4,95% του δείγματος βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Έπειτα στην ηλικιακή ομάδα των 41-50 ετών, το 38,01% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 4,13% του δείγματος βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ. Τέλος στην ηλικιακή ομάδα άνω των 50 ετών 17,35% συμφωνούν έως συμφωνούν απόλυτα, ενώ το 15,70% του δείγματος βρίσκεται στο ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ.

Chi-Squared Tests

	Value	df	p
χ^2	23.5	1	0.09
	99	6	9
N	121		

Στο παραπάνω πίνακάκι παρουσιάζονται τα αποτελέσματα ελέγχου χ^2

Για τον παραπάνω έλεγχο θα πρέπει να καθοριστούν τα εξής:

H_0 : Η ιστοσελίδα της τράπεζας Πειραιώς είναι εύκολη και απλή στην πλοήγηση και η ηλικία είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

H_1 : Η ιστοσελίδα της τράπεζας Πειραιώς είναι εύκολη και απλή στην πλοήγηση και η ηλικία δεν είναι ανεξάρτητες μεταβλητές

Το κριτήριο απόφασης είναι:

Εάν $p > \alpha$, η H_0 είναι αποδεκτή.

Η απόφαση

Αν $\alpha = 0,05$, τότε $p = 0,09 > 0,05$, άρα η H_0 είναι δεκτή.

Επομένως για $\alpha = 0,05$ η ηλικία και η ιστοσελίδα της τράπεζας Πειραιώς είναι εύκολη και απλή στην πλοήγηση είναι ανεξάρτητες μεταβλητές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας εργασίας εστιάζει στα τελικά συμπεράσματα της έρευνας ή με άλλα λόγια στα πιο σημαντικά ευρήματα που προέκυψαν σε συνδυασμό με το θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε. Επίσης, αναπτύσσονται προτάσεις για περαιτέρω έρευνα πάνω στο συγκεκριμένο θέμα καθώς επίσης αναφέρονται ορισμένοι περιορισμοί που περιόρισαν την συγκεκριμένη έρευνα κατά την διεξαγωγή της.

Η παρούσα μελέτη στηρίχθηκε σ' ένα δείγμα 122 ατόμων όπου την συντριπτική πλειοψηφία αποτέλεσε το γυναικείο φύλο και στην συνέχεια το ανδρικό. Η ηλικιακή ομάδα που υπερτερούσε ήταν μεταξύ 41-50 και ακολούθησε η ομάδα άνω των 50 ετών. Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο οι συμμετέχοντες στην πλειοψηφία τους είναι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου και ακολουθούν οι απόφοιτοι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης. Τέλος, σύμφωνα με τα δημογραφικά στοιχεία η πλειοψηφία των ερωτώμενων έχει πάνω από 20 χρόνια προϋπηρεσία όπως επίσης αρκετοί είναι αυτοί που έχουν προϋπηρεσία από 16 έως 20 χρόνια.

Σύμφωνα με την ανάλυση των στοιχείων, οι εργαζόμενοι της τράπεζας Πειραιώς συμφωνούν σε απόλυτο βαθμό ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες γενικά έχουν μειώσει το λειτουργικό κόστος, έχουν βελτιώσει σημαντικά την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών όπως επίσης μείωσαν και τον φόρτο εργασίας των υπαλλήλων. Ταυτόχρονα όμως πιστεύουν ότι οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες αποτελούν ένα εμπόδιο στην προώθηση τραπεζικών προϊόντων όπως επίσης ένα μεγάλο μέρος του δείγματος δεν είναι σίγουρο για το αν διευρύνθηκε η πελατειακή βάση της τράπεζας. Παρόλα αυτά, η συντριπτική πλειοψηφία ομολογεί ότι το μέλλον των τραπεζικών συναλλαγών το αποτελούν οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες, ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Στη συνέχεια του ερωτηματολογίου και εξετάζοντας το Automatic Payment System, οι τραπεζικοί υπάλληλοι συμφωνούν ότι πρόκειται για μια ηλεκτρονική υπηρεσία η οποία παρέχει άμεση και γρήγορη εξόφληση λογαριασμών με μηδενικό κόστος. Από την άλλη όμως, είναι μια ηλεκτρονική υπηρεσία όπου μειώνει τις διαπροσωπικές σχέσεις μεταξύ υπαλλήλων και πελατών και την αλληλεπίδραση που πιθανόν να είχαν σε μια πραγματική συναλλαγή μεταξύ τους.

Τα Μηχανήματα Αυτόματων Συναλλαγών εξίσου μειώνουν τον χρόνο διεκπεραίωσης των συναλλαγών, μειώνουν τα λειτουργικά έξοδα μιας τράπεζας και επίσης είναι εύκολα στην χρήση τους από όλες τις ηλικιακές ομάδες. Παρόλα αυτά,

μειώνουν τα εργασιακά καθήκοντα των υπαλλήλων εφόσον οι πελάτες εξυπηρετούνται μόνοι τους όποτε και συμβάλλουν σημαντικά στην συρρίκνωση των τραπεζών.

Οι παράγοντες σημαντικότητας που ωθούν στη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών σύμφωνα με το παρόν δείγμα είναι το γεγονός ότι το δίκτυο των τραπεζών συρρικνώνεται λόγω της οικονομικής κρίσης ενώ ακολουθεί ο παράγοντας της ασφάλειας. Τέλος, αρκετά σημαντικός παράγοντας θεωρείται το marketing και η προώθηση προϊόντων μέσω των ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

Εξετάζοντας τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της τράπεζας Πειραιώς, οι τραπεζικοί υπάλληλοι αξιολογούν ότι η ταχύτητα εισόδου και εξόδου στον ηλεκτρονικό λογαριασμό είναι γρήγορη όπως επίσης γρήγορη είναι και η εκτέλεση των εντολών. Η ιστοσελίδα της συγκεκριμένης τράπεζας θεωρούν ότι είναι απλή, εύκολη και πλήρης από άποψη εύρεσης πληροφοριών και οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται είναι ασφαλείς.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί τον αυτονόητο μετασχηματισμό του τραπεζικού κλάδου και σαφώς οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες μιας τράπεζας προσφέρουν μια σειρά από θετικά αποτελέσματα,

Κατά βάση οι θετικές εξελίξεις μέσα από την χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών αφορούν κυρίως την ίδια την τράπεζα καθώς οι περισσότεροι συμμετέχοντες συμφωνούν ότι μειώνονται τα λειτουργικά κόστη των τραπεζών. Από την άλλη, εκφράζεται ο φόβος συρρίκνωσης των τραπεζών από την στιγμή που οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες αποδεσμεύουν σε μεγάλο βαθμό τους τραπεζικούς υπαλλήλους με συνέπεια να μειώνονται τα καθήκοντα τους και εν τέλει να φτάνουν στην απόλυσή τους.

Αξιοσημείωτο εύρημα είναι ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων πιστεύει ότι τα ηλεκτρονικά μέσα όπου εξυπηρετούν τους πελάτες μειώνουν τις διαπροσωπικές επαφές και σχέσεις μεταξύ των πελατών και των υπαλλήλων. Μια κοινωνική συνέπεια που υφίσταται με την χρήση του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών υπηρεσιών σε όλους τους τομείς.

Οι ίδιοι υπάλληλοι είναι ικανοποιημένοι με τις υπηρεσίες που διαθέτει η τράπεζα στην οποία εργάζονται αναφορικά με τον τρόπο λειτουργίας τους ενώ φαίνεται ότι έχουν εμπιστοσύνη σε σχέση με την ασφάλεια που παρέχεται από αυτές.

Συμπερασματικά όπως διαπιστώνεται και από την βιβλιογραφία, οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες προσφέρουν μια ευρύτητα πλεονεκτημάτων της ηλεκτρονικής

τραπεζικής, για τους πελάτες, ιδιώτες και επιχειρηματίες αλλά και τους υπαλλήλους ενώ υποστηρίζουν την ασφάλεια και την καλύτερη εξυπηρέτηση. Οι προοπτικές της ηλεκτρονικής τραπεζικής και του internet banking είναι καλές και οι τράπεζες έχουν επενδύσει στα ηλεκτρονικά κανάλια καθώς το μέλλον τους δείχνει προς αυτήν την κατεύθυνση.

Σε επίπεδο θεωρητικό ο βασικός περιορισμός φαίνεται να είναι η αναζήτηση προγενέστερης βιβλιογραφίας. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί ένα μεγάλο κεφάλαιο στην βιβλιογραφία παρόλα αυτά αναφορικά με τον τραπεζικό κλάδο οι πηγές ήταν περιορισμένες και τα άρθρα κατά βάση ξενόγλωσσα.

Επίσης, κατά την διενέργεια της ερευνητικής διαδικασίας εφαρμόστηκαν εξίσου ορισμένοι περιορισμοί. Αρχικά τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν μέσω ηλεκτρονικής πλατφόρμας και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και όσοι τραπεζοϋπάλληλοι εμφάνιζαν αδυναμία χρήσης των παραπάνω δεν απάντησαν. Επομένως εμφανίζεται άλλος ένας περιορισμός κατά την διεξαγωγή όπου είναι το μικρό δείγμα της έρευνας με αποτέλεσμα τα αποτελέσματα να μην μπορούν να γενικευθούν στον ευρύτερο πληθυσμό.

Εξίσου, η έρευνα αφορά τους τραπεζοϋπάλλήλους της Τράπεζας Πειραιώς και διεξήχθη μόνο στις πόλεις των Σερρών και της Θεσσαλονίκης περιορίζοντας έτσι το δείγμα μη επιτρέποντας την γενίκευση.

Το ίδιο το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε -δομημένο, κλειστό ερωτηματολόγιο- αποτελεί περιοριστικό παράγοντα. Αναλυτικότερα, ενώ μεν βοηθά στην συλλογή πολυάριθμων πληροφοριών δεν βοηθάει στην εις βάθος ανάλυση και περαιτέρω επεξήγηση των απαντήσεων των ερωτώμενων για πιο ολοκληρωμένη αποτύπωση των απόψεων και των στάσεων που έχουν απέναντι στο θέμα.

Τέλος, οφείλουμε να λάβουμε υπόψη το χρόνο διεξαγωγής της συγκεκριμένης έρευνας καθώς οι τεχνολογικές εξελίξεις είναι συνεχείς οπότε και περιορίζεται για τα δεδομένα και τα αποτελέσματα που προκύπτουν εφόσον αναφέρονται μόνο για την συγκεκριμένη χρονική στιγμή που πραγματοποιήθηκε η έρευνα. Το ίδιο ισχύει και για τα κοινωνικά δεδομένα που επηρεάζουν την κρίση των εργαζόμενων στον τραπεζικό κλάδο και πιθανόν αλλάζουν με την πάροδο του χρόνου.

Ο τραπεζικός κλάδος αποτελεί ένα ευρύ κλάδο σε συνδυασμό με τον ψηφιακό μετασχηματισμό που τον επηρεάζει και για το λόγο αυτό, η παρούσα εργασία θα μπορούσε να ακολουθήσει ορισμένες προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Αρχικά, κρίνεται σκόπιμο από τον μελλοντικό ερευνητή έχοντας ως δεδομένο το ρυθμό με τον οποίο καθιερώνεται και διευρύνεται η ψηφιοποίηση των τραπεζικών εργασιών, να διερευνήσει μελλοντικά εκ νέου τη στάση των υπαλλήλων αναφορικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ηλεκτρονικών υπηρεσιών των τραπεζών.

Επίσης, προτείνεται μια εις βάθος ανάλυση έρευνα χρησιμοποιώντας την μεικτή μεθοδολογική προσέγγιση που συνδυάζει τόσο την ποσοτική όσο και την ποιοτική έρευνα προκειμένου να δοθεί μια πληρέστερη εικόνα για το υπό εξέταση θέμα.

Ο μελλοντικός ερευνητής βασιζόμενος στα ευρήματα της παρούσας μελέτης που αφορούν συγκεκριμένη τράπεζα στην Ελλάδα, θα μπορούσε να εκπονήσει την ίδια έρευνα και σε άλλες τράπεζες ως περίπτωση μελέτης και στη συνέχεια να ακολουθήσει μια συγκριτική μελέτη που θα αφορά τις απόψεις και τις στάσεις των τραπεζικών υπαλλήλων με άξονα όμως την τράπεζα στην οποία εργάζονται.

Τέλος, ο μελλοντικός ερευνητής θα μπορούσε να επεκταθεί και να διερευνήσει το αντικείμενο των ηλεκτρονικών υπηρεσιών εξετάζοντας την άποψη των πελατών της συγκεκριμένης τράπεζας, τον βαθμό εξοικείωσής τους με τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που προσφέρονται καθώς και τον βαθμό αποδοχής τους

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αγγέλης Β., (2005). *Η Βίβλος του e-banking*. Αθήνα: εκδ. Νέων Τεχνολογιών.
2. Accenture, (2017). *Η ψηφιακή Ελλάδα: ο δρόμος προς την ανάπτυξη*, s.l.: s.n.
3. Βλαχοπούλου - Δημητριάδης Μ., Δημητριάδης Σ., (2014). *Ε-λεκτρονικό επιχειρείν & μάρκετινγκ, καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό περιβάλλον*. Αθήνα: εκδ. Rosili.
4. Γεωργόπουλος Ν., Κοπανάκη Ε., Πανταζή Μ-Α., Νικολαράκος Χ., Βαγγελάτος Ι., (2013). *Ηλεκτρονικό Επιχειρείν*. Αθήνα: εκδ. Μπένου.
5. Μπένος, Β. (1997). *Στατιστική: Περιγραφική Στατιστική*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.
6. Πολλάλης, Ι. & Γιαννακόπουλος, Δ. (2007). *Ηλεκτρονικό επιχειρείν*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
7. Παπαδάκης Β., (2007). *Στρατηγική των επιχειρήσεων*. Ελληνική και Διεθνής εμπειρία: Εκδόσεις Μπένου, τόμος Α'.
8. Σινανιώτη Α. & Φαρσαρώτας Ι., (2005). *Ηλεκτρονική Τραπεζική*. Αθήνα-Κομοτηνή: εκδ. Σακκούλα.
9. Turban E., King D., Lee J., Liang T.-P., Turban D.C., (2011). *Ηλεκτρονικό εμπόριο 2010, Αρχές-Εξελίξεις-Στρατηγική από την σκοπιά του Manager*, Αθήνα: εκδ. Γκιούρδας.
10. Χαλικιάς, Ι. (2003). *Στατιστική: Μέθοδοι Ανάλυσης για Επιχειρηματικές Αποφάσεις*. Αθήνα: Rosili, 2nd Edition

ΞΕΝΟΛΓΩΣΣΗ

1. Bauer, H.H., Hammerchmidt, M., and Falk, T. (2005). Measuring the quality of e-banking portals. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 23, No 2, pp.153-175. <https://doi.org/10.1108/02652320510584395>.
2. Cresswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Sage, London.
3. Thompson A.Jr, Strickland A. III, Gamble J., (2010). *Σχεδιασμός & Υλοποίηση Επιχειρησιακής Στρατηγικής, Η Αναζήτηση Ανταγωνιστικού Πλεονεκτήματος*, επιμ. Γ. Πολλάλης, μτφ. Α. Αξιώτη, Δ. Πηγής, Αθήνα: εκδ. Utopia.

4. Grigoroudis, E., Litos, C., Moustakis, V., Politis, Y., & Tsironis, L. (2008). The assessment of user-perceived web-quality, Application of a satisfaction benchmarking approach, *European Journal of Operational Research*. Vol. 187, No3, pp.1346-1357.
5. Porter, M.E. , (1990). *The competitive advantage of nations*. The Free Press, USA.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20210414STO02010/diamorfosi-psifiakou-metaschimatismou-epexigisi-tis-stratigikis-tis-ee>

Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης, (χ.χ.) *Ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων*. Ανάκτηση από: <http://www.opengov.gr/digitalandbrief/?p=2132>.

<https://www.sansimera.gr/articles/1252>

<https://xristika.gr/etsi-tha-kanoyme-analipseis-apo-edo-kai-p/>

<https://rechargepayments.com/glossary/automatic-payments/>

<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/groups-presence/piraeus-bank>

www.piraeusbank.gr