

**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

**ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΕΧΝΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ  
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΨΗΦΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

**Πτυχιακή εργασία:**

**Διερεύνηση Αγοράς Προγραμμάτων Ασφαλείας Πληροφορικής-  
Antivirus**

**Λαμάι Κωνσταντίνος**

**MTE 0946**

**Επιβλέπων : Αθανάσιος Κουρεμένος**

**ΙΟΥΝΙΟΣ 2012**

## Περίληψη

Την έρευνα μας απασχολεί η χρήση των προγραμμάτων ασφαλείας στους οικιακούς χρήστες. Εμφανίζεται η αίσθηση ασφάλειας και εξοικείωσης που νιώθουν οι χρήστες στο διαδίκτυο η οποία σε ποσοστό 50% εμφανίζεται να είναι Πολύ. Προσπαθούμε να μάθουμε ποιες είναι οι σημαντικότερες απειλές που νιώθουν με την περιήγηση τους στο διαδίκτυο, με την παραβίαση των προσωπικών τους δεδομένων να απασχολεί το δείγμα μας σε ποσοστό 21%.

Ασχολούμαστε με τις πηγές ενημέρωσης και επιρροής για την επιλογή και αγορά των προγραμμάτων ασφαλείας, εκεί σε ποσοστό 59% υπερिशύουν οι Φίλοι και Συνάδελφοι με μία συχνότητα ενημέρωσης η οποία χαρακτηρίζεται ως σπάνια σε ποσοστό 45% του δείγματος.

Κυρίαρχο μέλημα είναι η χρήση Antivirus στον οικιακό τους υπολογιστή, εκεί παρατηρούμε πως το 22% δεν χρησιμοποιεί κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας. Αξίζει να σημειωθεί ότι και τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν κάποιο Antivirus στον υπολογιστή τους δηλώνουν μέτρια έως πολύ ασφαλείς στην πλοήγησή τους στο διαδίκτυο, ένα γεγονός το οποίο υποδηλώνει μια άγνοια των κινδύνων που μπορεί να εμφανιστούν στο διαδίκτυο. Το 57% έχει στην κατοχή του ένα πρόγραμμα ασφαλείας το οποίο παρέχεται δωρεάν και προσπαθούμε να μάθουμε τους λόγους που κάνουν αυτό το κοινό να επιλέξει μια δωρεάν εφαρμογή.

Γίνεται αναλυτική παρουσίαση και ανάλυση των επιρροών που δέχεται ο χρήστης για την προμήθεια του Antivirus και παρουσιάζονται οι προτιμήσεις τους στα προγράμματα ασφαλείας τα οποία είναι διαθέσιμα στην αγορά. Εκεί προσπαθούμε να μάθουμε πόσα από αυτά γνωρίζει το δείγμα μας, με τα δωρεάν προγράμματα να καταλαμβάνουν τις πρώτες θέσεις, ποια επιθυμούν να δοκιμάσουν, ποια έχουν δοκιμάσει και το ποίο σημαντικό ποιο χρησιμοποιούν τώρα. Παρουσιάζονται οι πηγές απ' όπου έγινε η προμήθεια του προϊόντος, το κόστος της αγοράς αλλά και πληροφορίες που έχουν να κάνουν με την ημερομηνία ανανέωσης του προϊόντος αλλά και παράγοντες που συμβάλουν στην αλλαγή του υπάρχοντος προγράμματος με ένα διαφορετικό.

Η ερευνά αυτή περιλαμβάνει σε ποσοστό 51% ηλικίες 24 έως 29 ετών, με το 62% του δείγματος να είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης. Η Πληροφορική, οι Τηλεπικοινωνίες, τα Οικονομικά, η Διοίκηση Επιχειρήσεων, οι Ανθρωπιστικές, Κοινωνικές και Πολιτικές επιστήμες είναι στην κορυφή της επιλογής του δείγματος σχετικά με τον κλάδο σπουδών που έχουν ακολουθήσει.

Συνδυασμός των απαντήσεων ανάμεσα σε διαφορετικές ερωτήσεις μας δίνει την δυνατότητα να δούμε και τις συσχετίσεις που υπάρχουν και τις απόψεις των χρηστών του δείγματος.

*Λέξεις Κλειδιά: Antivirus, ασφάλεια υπολογιστών, οικιακοί χρήστες*

## Περιεχόμενα

Περίληψη.....	2
Κατάλογος διαγραμμάτων .....	5
Εισαγωγή .....	8
1. Μεθοδολογία της έρευνας.....	11
2. ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ - ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ .....	13
2.1 Χρήση Υπολογιστή στο οικιακό περιβάλλον.....	14
2.2 Χρήστες ανά Υπολογιστή.....	15
2.3 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές ανά σπίτι .....	16
2.4 Ταχύτητα πρόσβασης στο διαδίκτυο .....	17
2.5 Βαθμός οικειότητας με την χρήση του υπολογιστή .....	18
2.6 Αίσθηση ασφάλειας στην περιήγηση στο διαδίκτυο.....	19
2.7 Αποθήκευση σημαντικών ή απορρήτων δεδομένων στον υπολογιστή .....	20
2.8 Αίσθηση απειλής στο διαδίκτυο .....	21
2.9 Πιθανότητα να συμβεί η απειλή .....	22
2.10 Μέγεθος ζημιάς από κακόβουλο λογισμικό .....	23
2.11 Πηγές ενημέρωσης για την αγορά ενός αντιβιοτικού προγράμματος .....	24
2.12 Συχνότητα ενημέρωσης για την αγορά Antivirus.....	26
2.13 Χρήση Antivirus .....	27
2.14 Εμπορικό ή Δωρεάν αντιβιοτικό πρόγραμμα .....	28
2.15 Λόγοι επιλογής δωρεάν προγράμματος ασφαλείας .....	29
2.16 Επιρροή για την επιλογή λογισμικού ασφαλείας .....	30
2.17 Άποψη προτάσεων.....	35
2.18 Συχνότητα έλεγχου εφαρμογής Antivirus .....	39
2.19 Δυσλειτουργίες υπολογιστή από κακόβουλο λογισμικό .....	40
2.20 Επικοινωνία με την εταιρία διανομής του Antivirus.....	41
2.21 Βαθμός ικανοποίησης για την επικοινωνία με την εταιρία που διανέμει το Antivirus.....	41
2.22 Προτιμήσεις σε αντιβιοτικά προγράμματα.....	42
2.23 Πηγές προμηθείας αντιβιοτικού προγράμματος.....	47
2.24 Κόστος αγοράς προϊόντος.....	48
2.25 Ημερομηνία λήξης άδειας Antivirus .....	49
2.26 Αγορά για παραπάνω από ένα έτος.....	49

2.27	Ανανέωση Antivirus.....	50
2.28	Αλλαγή προγράμματος πριν την λήξη του .....	51
2.29	Λόγοι επιλογής διαφορετικού προγράμματος στην επόμενη αγορά .....	52
2.30	Διάρκεια χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή χωρίς πρόγραμμα ασφαλείας.....	53
2.31	Δωρεάν δοκιμαστική άδεια Antivirus .....	54
2.32	Αντιβιοτικό πρόγραμμα κερδισμένο από διαγωνισμό .....	55
2.33	Άποψη για Antivirus που διανέμονται μέσα από διαγωνισμούς.....	56
2.34	Δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	57
2.35	Συσχέτιση μεταξύ των απαντήσεων διαφορετικών ερωτήσεων.....	62
2.35.1	Συσχέτιση χρήσης και οικειότητα με υπολογιστές .....	62
2.35.2	Συσχέτιση Αίσθησης, Πιθανότητας και Μεγέθους ζημιάς.....	63
2.35.3	Συσχέτιση αίσθησης απειλής και πιθανότητα να συμβεί η απειλή.....	64
2.35.4	Συσχέτιση αίσθησης ασφάλειας και οικειότητας με την χρήση του υπολογιστή 65	
2.35.5	Συσχέτιση αποθήκευσης σημαντικών εγγράφων σε άντρες και γυναίκες.....	66
2.35.6	Συσχέτιση αίσθηση ασφάλειας χωρίς την χρήση Antivirus .....	67
3.	Συμπεράσματα .....	68
3.1	Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	72
4.	Παράρτημα Αποτελέσματα.....	73
	Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηματολογίου .....	91
5.	Παράρτημα- Ερωτηματολόγιο .....	94
	Βιβλιογραφική επισκόπηση .....	104

## Κατάλογος διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Καθημερινή χρήση Η/Υ .....	14
Διάγραμμα 2: Καθημερινή Χρήση Υ/Η Άνδρες/Γυναίκες.....	14
Διάγραμμα 3: Χρήστες ανά Η/Υ στο σπίτι σε ποσοστά .....	15
Διάγραμμα 4: Χρήστες ανά Η/Υ στο σπίτι.....	15
Διάγραμμα 5: Η/Υ ανά σπίτι σε ποσοστό.....	16
Διάγραμμα 6: Η/Υ ανά σπίτι.....	16
Διάγραμμα 8: Ταχύτητα σύνδεσης στο ίντερνέτ σε ποσοστά .....	17
Διάγραμμα 7: Ταχύτητα σύνδεσης στο ίντερνέτ .....	17
Διάγραμμα 9: Οικειότητα σε ποσοστά.....	18
Διάγραμμα 10: Οικειότητα.....	18
Διάγραμμα 11: Ασφάλεια στο διαδίκτυο σε ποσοστά .....	19
Διάγραμμα 12: Ασφάλεια στο διαδίκτυο.....	19
Διάγραμμα 13: Αποθήκευση Σημαντικών Αρχείων .....	20
Διάγραμμα 14: Αίσθηση Απειλής σε ποσοστά.....	21
Διάγραμμα 15: Αίσθηση Απειλής.....	21
Διάγραμμα 16: Πιθανότητα κινδύνου σε ποσοστά .....	22
Διάγραμμα 17: Πιθανότητα κινδύνου.....	22
Διάγραμμα 18: Μέγεθος ζημιάς από ιό σε ποσοστά.....	23
Διάγραμμα 19: Μέγεθος ζημιάς από ιό.....	23
Διάγραμμα 20: Πηγές ενημέρωσης σε ποσοστά .....	24
Διάγραμμα 21: Πηγές ενημέρωσης.....	24
Διάγραμμα 22: Πηγές ενημέρωσης , παραπάνω από ένα μέσο.....	25
Διάγραμμα 23: Συχνότητα ενημέρωσης σε ποσοστά .....	26
Διάγραμμα 24: Συχνότητα ενημέρωσης .....	26
Διάγραμμα 25: Χρήση Antivirus .....	27
Διάγραμμα 26: Αίσθηση ασφάλειας χωρίς την χρήση Antivirus .....	27
Διάγραμμα 27: Εμπορικό ή Δωρεάν προϊόν .....	28
Διάγραμμα 28: Χρήση Antivirus στο συνολικό δείγμα .....	28
Διάγραμμα 29: Λόγοι επιλογής δωρεάν Antivirus σε ποσοστά.....	29
Διάγραμμα 30: Λόγοι επιλογής δωρεάν Antivirus.....	29
Διάγραμμα 31: Επιρροή για την αγορά .....	30
Διάγραμμα 32: Επιρροή για την αγορά σε ποσοστά .....	30
Διάγραμμα 33: Επιρροή από διαφήμιση .....	31
Διάγραμμα 34: Επιρροή από φίλο/συνάδελφο.....	31
Διάγραμμα 35: Επιρροή από πωλητή .....	32
Διάγραμμα 36: Επιρροή από διαθεσιμότητα .....	32
Διάγραμμα 37: Επιρροή από την τιμή .....	33
Διάγραμμα 38: Αγορά Antivirus και επιρροή από την τιμή.....	33
Διάγραμμα 39: Επιρροή από Brand Name.....	34

Διάγραμμα 40: Δωρεάν Antivirus και επιρροή από Brand Name.....	34
Διάγραμμα 41: Απόψεις Προτάσεων .....	35
Διάγραμμα 42: Απόψη πρότασης 1 για άτομα που δεν χρησιμοποιούν Antivirus .....	35
Διάγραμμα 43: Πρόταση 1 .....	36
Διάγραμμα 44: Πρόταση 2 .....	36
Διάγραμμα 45: Πρόταση 3 .....	37
Διάγραμμα 46: Πρόταση 4 .....	37
Διάγραμμα 47: Πρόταση 5 .....	38
Διάγραμμα 48: Πρόταση 6 .....	38
Διάγραμμα 49: Έλεγχος εφαρμογής .....	39
Διάγραμμα 50: Έλεγχος εφαρμογής σε ποσοστά .....	39
Διάγραμμα 51: Δυσλειτουργίες τον τελευταίο χρόνο .....	40
Διάγραμμα 52: Δυσλειτουργίες ανάμεσα σε χρήστες εμπορικού και δωρεάν Antivirus.....	40
Διάγραμμα 53: Επικοινωνία με τεχνικό τμήμα κατασκευαστή .....	41
Διάγραμμα 54: Ικανοποίηση από Ποιότητα εξυπηρέτησης .....	41
Διάγραμμα 55: Antivirus που το δείγμα γνωρίζει.....	42
Διάγραμμα 56: Antivirus που το δείγμα θέλει να δοκιμάσει .....	43
Διάγραμμα 57: Antivirus που το δείγμα έχει δοκιμάσει .....	44
Διάγραμμα 58: Antivirus που χρησιμοποιεί το δείγμα.....	45
Διάγραμμα 59: Σχέση μεταξύ Γνωρίζω, Θέλω να δοκιμάσω, Έχω δοκιμάσει και Χρησιμοποιώ .....	46
Διάγραμμα 60: Πηγές προμήθειας του προϊόντος .....	47
Διάγραμμα 61: Αγορά Antivirus .....	47
Διάγραμμα 62: Κόστος Αγοράς .....	48
Διάγραμμα 63: Λήξη Antivirus .....	49
Διάγραμμα 64: Αγορά για περισσότερα από ένα έτος.....	49
Διάγραμμα 65: Χρόνος Ανανέωσης σε ποσοστά .....	50
Διάγραμμα 66: Χρονική Διάρκεια ανανέωσης.....	50
Διάγραμμα 67: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus πριν την λήξη του .....	51
Διάγραμμα 68: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus πριν την λήξη του σε ποσοστά .....	51
Διάγραμμα 69: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus .....	52
Διάγραμμα 70: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus σε ποσοστά.....	52
Διάγραμμα 71: Διάρκεια χρήσης Η/Υ χωρίς Antivirus σε ποσοστά .....	53
Διάγραμμα 72: Διάρκεια χρήσης Η/Υ χωρίς Antivirus .....	53
Διάγραμμα 73: Χρήση δωρεάν δοκιμαστικής άδειας σε ποσοστά.....	54
Διάγραμμα 74: Χρήση δωρεάν δοκιμαστικής άδειας.....	54
Διάγραμμα 75 : Antivirus κερδισμένο από διαγωνισμό .....	55
Διάγραμμα 76: Απόψεις για διανομή Antivirus σε διαγωνισμούς .....	56
Διάγραμμα 77: Απόψεις για διανομή Antivirus σε διαγωνισμούς σε ποσοστά.....	56
Διάγραμμα 78: Φύλο.....	57
Διάγραμμα 79: Ηλικία σε ποσοστά .....	58
Διάγραμμα 80: Ηλικία .....	58
Διάγραμμα 81: Επίπεδο εκπαίδευσης .....	59
Διάγραμμα 82: Επίπεδο εκπαίδευσης 2 .....	59
Διάγραμμα 83: Κατηγορία Σπουδών.....	60

Διάγραμμα 84: Τομέας εργασίας.....	61
Διάγραμμα 85: Χρήση και Οικειότητα .....	62
Διάγραμμα 86: Συσχέτιση ανάμεσα σε Αίσθηση ,Πιθανότητα και Μεγέθους ζημιάς .....	63
Διάγραμμα 87: Αίσθηση απειλής και πιθανότητα.....	64
Διάγραμμα 88: Συσχέτιση Οικειότητας και Ασφάλειας στο διαδίκτυο .....	65
Διάγραμμα 89: Αποθήκευση Σημαντικών Αρχείων σε Άντρες και Γυναίκες .....	66

## Εισαγωγή

Η χρήση του ιντερνέτ αποτελεί ένα καθημερινό φαινόμενο στην χώρα μας. Στο διαδίκτυο όμως παρουσιάζονται κίνδυνοι οι οποίοι μπορούν να βλάψουν των υπολογιστή μας ή να υποκλέψουν προσωπικά μας δεδομένα. Τα κακόβουλα λογισμικά τα οποία μπορούν να εισβάλουν στον υπολογιστή μας καλούνται ιοί ή ηλεκτρονικοί ιοί.

Στην προσπάθεια να αντιμετωπιστούν αυτές οι απειλές πολλές εταιρίες ανά τον κόσμο απασχολούν ειδικούς επιστήμονες και μηχανικούς ασφαλείας για να μπορέσουν να κατασκευάσουν και να υποστηρίξουν προγράμματα ασφαλείας τα οποία ονομάζονται Antivirus.

Ένα λογισμικό ασφαλείας, Antivirus, μπορεί να προστατέψει το σύστημα μόνο από τους ιούς που περιέχονται στη βάση δεδομένων του, η συχνή αναβάθμισή τους είναι απαραίτητη ώστε να μπορούν να αντιμετωπίζουν κάθε καινούριο ιό που εμφανίζεται. Τα πιο πολλά Antivirus, έχουν τους μηχανισμούς αναβάθμισης της βάσης δεδομένων τους, ενσωματωμένους. Επίσης, ενσωματώνουν προγράμματα τα οποία συνεχώς ελέγχουν κάθε αρχείο ή μήνυμα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας του χρήστη, ώστε να εντοπίζουν τον ιό πριν αυτός εκτελεστεί και προσβάλει το υπολογιστικό σύστημα. Είναι σημαντικό ο χρήστης να μην κλείνει τα προγράμματα αυτά, για οποιοδήποτε λόγο.

Ένας μεγάλος αριθμός απειλών και δυσλειτουργιών εμφανίζεται στο διαδίκτυο με ιούς οι οποίοι είναι δύσκολο να αντιμετωπιστούν ακόμη και από πεπειραμένους διαχειριστές ηλεκτρονικών συστημάτων, πόσο μάλλον από οικιακούς χρήστες οι οποίοι δεν έχουν και την απαραίτητη τεχνογνωσία [1].

Στην έρευνα που κάνουμε προσπαθούμε να δούμε κατά πόσο οι χρήστες του διαδικτύου είναι ενημερωμένοι για τις απειλές και κατά πόσο προστατεύονται από αυτές. Προσπαθούμε να μάθουμε με ποία κριτήρια επιλέγουν ένα Antivirus για τον οικιακό τους υπολογιστή, από ποιές πηγές ενημερώνονται και επηρεάζονται για τις επιλογές τους. Θέλουμε να μάθουμε τις προτιμήσεις στους σε επώνυμα Antivirus των δημοφιλέστερων οίκων Antivirus, είτε τα προϊόντα αυτά είναι εμπορικά είτε διανέμονται δωρεάν. Η λίστα για τα Antivirus που χρησιμοποιούμε στην έρευνά μας είναι από τον αναγνωρισμένο οίκο αξιολόγησης Antivirus, Virus Bulletin [2].

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η κατανόηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των χρηστών υπολογιστή για την επιλογή και χρήση προγραμμάτων ασφαλείας- Antivirus. Κατανοώντας το προφίλ των χρηστών μπορούμε να προσδιορίσουμε τις ανάγκες τους και να σχεδιάσουμε στρατηγικές για την κάλυψη αυτών των αναγκών. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν από της εταιρίες πληροφορικής οι οποίες δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στην Ελληνική αγορά και ασχολούνται με την διανομή προγραμμάτων ασφαλείας ώστε να σχεδιάσουν στρατηγικές μάρκετινγκ προκειμένου να προωθήσουν σωστά και αποτελεσματικά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.



Προσπαθούμε να εστιάσουμε την έρευνα σε ηλικιακές ομάδες οι οποίες είναι και χρήστες του ιντερνέτ. Σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητηρίου για την Κοινωνία της Πληροφορίας «Ταυτότητα χρηστών Internet στην Ελλάδα» τον Μάρτιο του 2010,[3], η χρήση του Ιντερνέτ για τις ηλικιακές ομάδες από 16 έως 44 ετών αγγίζει το 80% του συνολικού πληθυσμού της Ελλάδας, ο πληθυσμός για την ηλικιακή ομάδα 15-64 σύμφωνα με στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας το 2011 αποτελεί το 68% του συνολικού πληθυσμού τις χώρες [4]. Στην ερευνά μας αναζητήσαμε στοιχεία από τις παραπάνω ηλικιακές ομάδες ώστε να μπορέσουμε να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα μίας και το προϊόν το οποίο ασχολούμαστε έχει άμεση σχέση με την χρήση του διαδικτύου. Έτσι στο δείγμα μας οι ηλικιακές ομάδες 19 έως 35 αποτελούν το 88% των ατόμων που απάντησαν στον ερωτηματολόγιο.

Θέλοντας να εξετάσουμε και παρόμοιες προσπάθειες που έχουν γίνει στο εξωτερικό για την χρήση των προγραμμάτων ασφαλείας βρήκαμε ενδιαφέρουσες αναφορές σε Ευρώπη και Αμερική. Η μη ασφαλής πρακτικές χρήσης του διαδικτύου παρουσιάζονται τόσο στην ακαδημαϊκή όσο και στην εμπορική βιβλιογραφία.

Έρευνα του CNNMoney το 2004 σε 329 χρήστες υπολογιστών έδειξε ότι πολύ συχνά δεν υπάρχει ταύτιση της ασφάλειας που νιώθουν οι χρήστες στο διαδίκτυο με την πραγματική ασφάλεια του υπολογιστή τους. Το 77% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο υπολογιστής τους ήταν καλά προφυλαγμένος ενώ στην πραγματικότητα τα ευρήματα της έρευνας απέκρουαν αυτόν τον ισχυρισμό [5].

Το να μπορέσουμε να αποτυπώσουμε τις συνήθειες των χρηστών σχετικά με την ασφάλεια του υπολογιστή αποτελεί μια ενδιαφέρουσα πρόκληση καθώς σύμφωνα με μελέτη του Aytes και Connolly (2004) υπάρχει έλλειψη στοιχείων στην ερευνά η οποία να δείχνει γιατί η χρήστες εφαρμόζουν μη ασφαλείς συμπεριφορές στην πλοήγησή τους στο διαδίκτυο[6]. Στην ετήσια αναφορά του University of California για το Ιντερνέτ αναφέρεται ότι το 89% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι ανησυχούν πολύ για την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο[7].

Έρευνα σε φοιτητές τμημάτων πληροφορικής του James Madison University of Harrisonburg, Virginia (2007) έδειξε ότι το 91% των ερωτηθέντων έχει λογισμικό ασφαλείας στον προσωπικό τους υπολογιστή. Στην έρευνά μας το ποσοστό αυτό είναι στο 78% του συνολικού δείγματος. Ο έλεγχος για την ομαλή λειτουργία του αντιβιοτικού προγράμματος στο δείγμα μας γίνεται σπάνια σε ποσοστό 44% ενώ στην έρευνα του James Madison University of Harrisonburg, Virginia ο έλεγχος αυτός δεν γίνεται ποτέ σε ποσοστό 4%. Στην ίδια έρευνα στην Αμερική το ποσοστό των χρηστών που τον τελευταίο χρόνο δεν αντιμετώπισαν κάποιο πρόβλημα από ιό ανέρχεται στο 49% ενώ στην έρευνα μας το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο, 31%. Το 22% νιώθει πάρα πολύ ασφάλεια στην περιήγηση του στο διαδίκτυο, το ποσοστό αυτό στην έρευνά μας είναι 13% [8].

Ερευνώντας τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων σχετικά με τις πηγές ενημέρωσης για την αγορά ενός προγράμματος ασφαλείας βρήκαμε ότι η κύρια πηγή ενημέρωσης και επιρροής είναι οι Φίλοι/Συνάδελφοι με ποσοστό 69%, έρευνα το 2007 στην Αγγλία των Furnell, Bryant και Phirpen έδειξε ότι οι φίλοι και συνάδελφοι είχαν ποσοστό 41% στην επιρροή. Στην ίδια έρευνα το ποσοστό των ατόμων που έχουν κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας στην κατοχή τους ανέρχεται στο 93%, στην έρευνά μας αυτό το ποσοστό είναι 78% [9].

Οι οικιακοί χρήστες έχουν στην πραγματικότητα τρεις ιδιότητες σε ένα πρόσωπο καθώς είναι χρήστες των προγραμμάτων, IT manager και υπεύθυνοι για την επιλογή του προγράμματος ασφαλείας (decision maker). Ερευνά που πραγματοποιήθηκε σε 415 νοικοκυριά στην Αγγλία (2008) από το Πανεπιστήμιο του Plymouth έδειξε ότι σε ποσοστό 90% οι ερωτώμενοι συμφώνησαν ότι οι οικιακοί χρήστες είναι οι ίδιοι υπεύθυνοι για την ασφάλεια του υπολογιστή τους [10].

Οι οικιακή υπολογιστές πολύ συχνά χρησιμοποιούνται από διαφορετικούς χρήστες. Σύμφωνα με τους Furnell, Bryant και Phirpen ένα 30% του δείγματος της έρευνας δήλωσε ότι τον οικιακό υπολογιστή τους των χρησιμοποιούν και παιδιά μέχρι 18 ετών, τα οποία είναι πιο ευάλωτα στο να προσβληθούν από κάποιον ιό [11].

Προσπάθεια για να μπορέσουμε να βρούμε το μερίδιο αγοράς που έχουν τα προγράμματα ασφαλείας πραγματοποιούνται σε παγκόσμια κλίμακα. Σύμφωνα με στοιχεία του οργανισμού OPSWAT, που συλλέχτηκαν σε παραπάνω από 120.000 σημεία δεδομένων, τον Ιούνιο του 2012 το πρόγραμμα Avast Free έρχεται πρώτο σε προτιμήσεις με ποσοστό 17,4% και ακολουθεί το Antivirus της Microsoft [12]

Μία τέτοια έρευνα θα βοηθήσει εταιρίες διανομής προϊόντων ασφαλείας να κατανοήσουν τους λόγους που οι αγοραστές επιλέγουν το προϊόν τους, ποιο είναι το μερίδιο αγοράς που κατέχουν στην Ελληνική αγορά αλλά και ποιες προωθητικές ενέργειες είναι αποδοτικές για την εταιρία τους.

## 1. Μεθοδολογία της έρευνας

Η συλλογή των στοιχείων έγινε από τυχαίο δείγμα και δεν έχουν τεθεί περιορισμοί για την συμπλήρωση των ερωτηματολογίων. Για τον σκοπό της έρευνας έγινε διανομή 110 ερωτηματολογίων, στην ευρύτερη γεωγραφική περιοχή της Αττικής, από τα οποία χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνά μας 78 με τα αντίστοιχα άτομα που συμφώνησαν και συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο καθώς τα υπόλοιπα περιείχαν σημαντικές ελλείψεις και δεν μπορούσαν να βοηθήσουν την έρευνα. Το ερωτηματολόγιο δεν δόθηκε σε μια ορισμένη ομάδα ή συγκεκριμένο χώρο αλλά σε άτομα διαφορετικών ηλικιών και κοινωνικών ομάδων, Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τους μήνες Μάιο και Απρίλιο του 2012 και για την μέθοδο συλλογής των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η τεχνική snowballing για την εύρεση των ατόμων που συμμετείχαν. Αναζητήσαμε ηλικιακές ομάδες οι οποίες να είναι χρήστες ιντερνέτ μιας και η έρευνά μας είναι συνδεδεμένη με την χρήση του διαδικτύου. Δυσκολίες παρουσιάστηκαν στην συλλογή των ερωτηματολογίων, αφού είχαν απαντηθεί από τους χρήστες, καθώς ενώ η συμπλήρωσή του ερωτηματολογίου έχει μια χρονική διάρκεια περίπου 10 λεπτά ο χρόνος για να επιστραφούν συμπληρωμένα ήταν κατά μέσο όρο 3 εβδομάδες.

Η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την συγκεκριμένη έρευνα περιλαμβάνει την δειγματοληψία (sampling), τον σχεδιασμό του ερωτηματολογίου (questionnaire design), την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου (questionnaire administration) και την ανάλυση των στοιχείων που συλλέχθηκαν (data analysis).

Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου έγινε με τέτοιο τρόπο ώστε να μην κουράσει τους ερωτώμενους, αλλά να μπορέσει ταυτόχρονα να συλλέξει τις απαραίτητες πληροφορίες για την εξυπηρέτηση των σκοπών της έρευνας. Για τον λόγο αυτό χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής οι οποίες περιλαμβάνουν κλειστές ερωτήσεις επιλογής μίας απάντησης μεταξύ δύο ή περισσότερων αμοιβαίως αποκλειόμενων εναλλακτικών απαντήσεων (π.χ. Ναι- Όχι) αλλά και κλειστές ερωτήσεις διαβαθμιστικής επιλογής (κλίμακας Λίκερτ) όπου προτάθηκαν απαντήσεις πολλών επάλληλων επιπέδων, σε ανιούσα ή κατιούσα διάταξη, από τις οποίες γινόταν επιλογή μίας (π.χ. Καθόλου- Λίγο- Αρκετά- Πολύ). Αποτελείτε από 33 συνολικά ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι εκτός από τα γενικά στοιχεία που αναφέρονται στα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Οι πρώτες 10 ερωτήσεις αναφέρονται στην χρήση του ιντερνέτ που κάνει το δείγμα μας στην οικία του, την εξοικείωση με αυτήν την χρήση και στις απειλές που μπορεί να προκύψουν από αυτήν την χρήση. Οι επόμενες 11 ερωτήσεις αφορούν την χρήση αντιβιοτικό προγράμματος ασφαλείας στον υπολογιστή τους και τα κριτήρια για την επιλογή του δικού τους προϊόντος. Οι ερωτήσεις 22 μέχρι 33 αφορούν την επιλογή και χρήση συγκεκριμένων Antivirus, τον τρόπο και το κόστος προμήθειας του προϊόντος, τις προηγούμενες επιλογές και τις τάσεις για τις επόμενες επιλογές σχετικά με την αγορά ενός προγράμματος ασφαλείας. Τέλος ακολουθεί η ενότητα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος η οποία περιλαμβάνει 5 ερωτήσεις.

Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το πρόγραμμα Excel ώστε να εξαχθούν οι πίνακες συχνοτήτων και τα ποσοστά επί αυτών. Στην συνέχεια πάλι με την βοήθεια του Excel δημιουργήθηκαν τα γραφήματα που μας παρουσιάζουν τα ποσοστά των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν για κάθε ερώτηση αλλά για συνδυασμό ερωτήσεων που μας βοηθάει να βγάλουμε συγκεκριμένα συμπεράσματα.

Στην έρευνά μας θεωρούμε ότι η παραβίαση της κανονικότητας δεν είναι σημαντική και για αυτόν τον λόγο για την συσχέτιση των απαντήσεων χρησιμοποιούμε την συσχέτιση του Pearson.

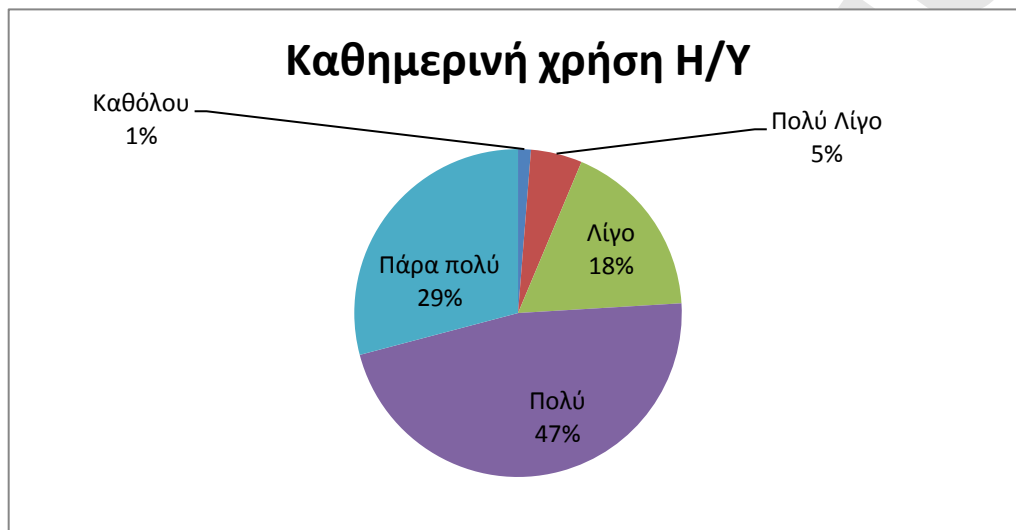
Γνωρίζοντας ότι κανένα ερευνητικό πρόγραμμα δεν είναι πλήρως απαλλαγμένο από προβλήματα και περιορισμούς, αφού είναι σχεδόν αδύνατο να απομακρυνθούν όλες οι πηγές σφαλμάτων από ένα ευμετάβλητο ερευνητικό πεδίο όπως η αγορά προγραμμάτων ασφαλείας για τους οικιακούς χρήστες, έτσι και στην παρούσα έρευνα παρά την προσπάθεια που έγινε για την ελαχιστοποίηση των σφαλμάτων μπορεί αυτά να υπάρχουν και να οφείλονται σε Σφάλματα δειγματοληψίας (sampling errors), Σφάλματα μη ανταπόκρισης (non-response errors) αλλά και Σφάλματα κατά την συλλογή των δεδομένων (data collection errors).

## 2. ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ - ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται όλα τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου με σχεδιαγράμματα . Γίνεται ανάλυση των απαντήσεων και συνδυασμός τους από διαφορετικά ερωτήματα ώστε να μπορέσουμε να βγάλουμε συγκεκριμένα συμπεράσματα. Συμπεράσματα τα οποία απορρέουν από τις απαντήσεις των χρηστών και θα μας βοηθήσουμε να κατανοήσουμε τους λόγους για τους οποίους επιλέγουν ως πρόγραμμα ασφαλείας για τον οικιακό τους υπολογιστή ένα συγκεκριμένο Antivirus

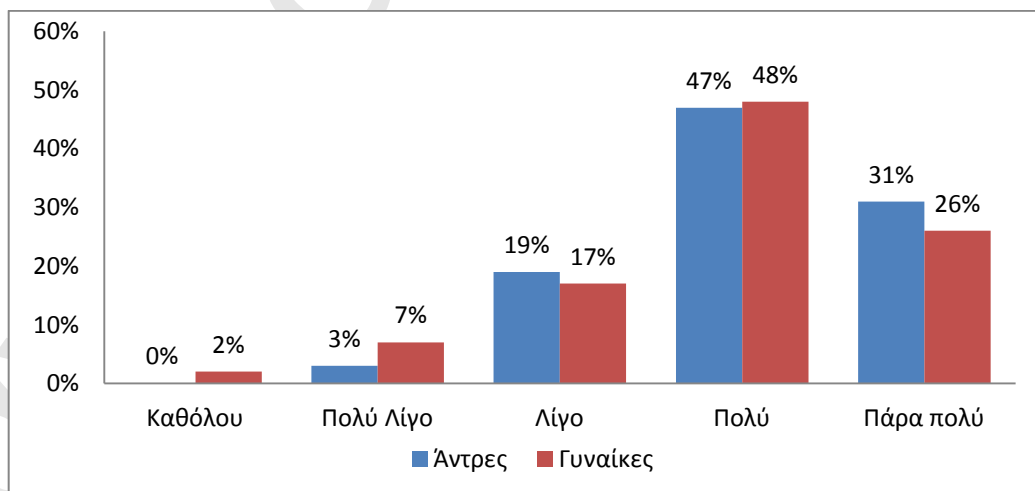
## 2.1 Χρήση Υπολογιστή στο οικιακό περιβάλλον

Με την πρώτη ερώτηση στο δείγμα προσπαθούμε να μάθουμε πόσο εντατικοί χρήστες του υπολογιστή είναι τα άτομα που έχουν απαντήσει στο ερωτηματολόγιο. Η επικρατούσα τιμή με ποσοστό 47% μας παρουσιάζει χρήστες με Πολύ καθημερινή χρήση του υπολογιστή τους. Σχεδόν τον μισό δείγμα μας ανήκει στην κατηγορία της «Πολύ» καθημερινής χρήσης αλλά και ο μέσος όρος είναι στην ίδια κατηγορία. Υπάρχει και ένα ποσοστό 29% το οποίο κάνει Πάρα Πολύ χρήση του διαδικτύου καθημερινά. Τα ποσοστά για Λίγο και Πολύ Λίγο είναι αρκετά χαμηλά στο 18% και 5% αντίστοιχα. Η διείσδυση του Internet στα ελληνικά νοικοκυριά είναι στο 38% σύμφωνα με έρευνα της Eurostat το 2009 [12]. (Διάγραμμα 1)



Διάγραμμα 1: Καθημερινή χρήση Η/Υ

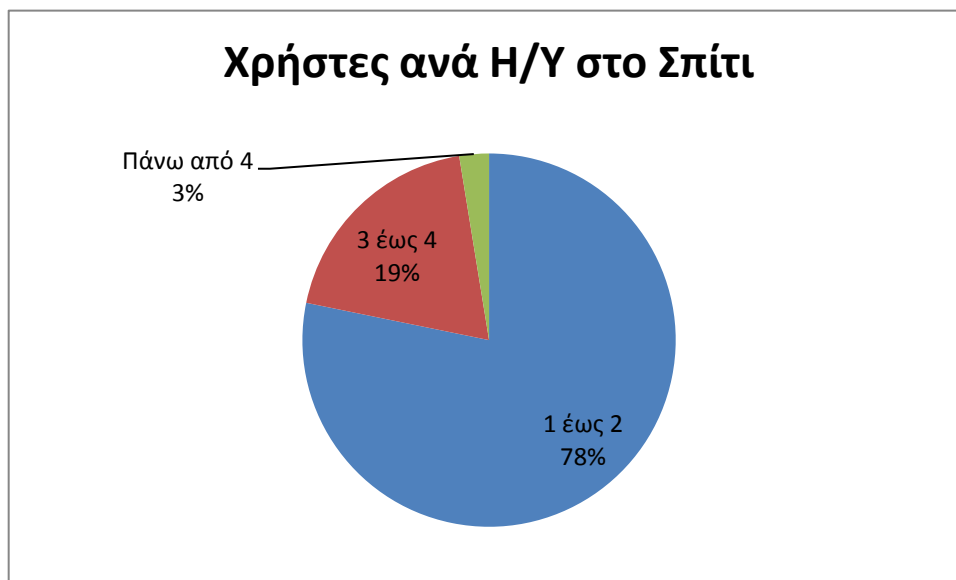
Αξίζει να δούμε και τα αποτελέσματα σε αυτήν την ερώτηση συνδυάζοντας τις απαντήσεις που έδωσε το δείγμα μας ανάλογα το φύλλο του. Έτσι παρουσιάζεται μια ομοιογένεια μεταξύ ανδρών και γυναικών ως προς την καθημερινή τους χρήση στον οικιακό τους υπολογιστή. Οι άντρες εμφανίζονται να κάνουν περισσότερο εντατική χρήση από τις γυναίκες στην κλίμακα Πάρα Πολύ. (Διάγραμμα 2)



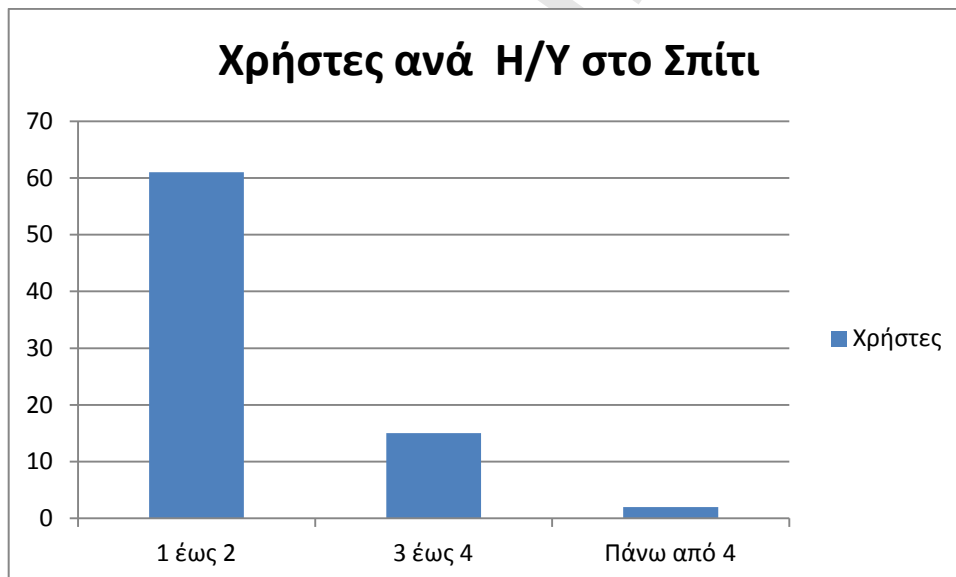
Διάγραμμα 2: Καθημερινή Χρήση Υ/Η Άνδρες/Γυναίκες

## 2.2 Χρήστες ανά Υπολογιστή

Στην συνέχεια προσπαθούμε να δούμε πόσα άτομα στο οικιακό περιβάλλον χρησιμοποιούν υπολογιστές και ένα ποσοστό 78% έχει στο σπίτι του υπολογιστή που τον χρησιμοποιούν 1 έως 2 άτομα. Το ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούν τον υπολογιστή τρία ως τέσσερα άτομα ανέρχεται στο 19% , δηλαδή 15 άτομα. (Διάγραμμα 3 και 4)



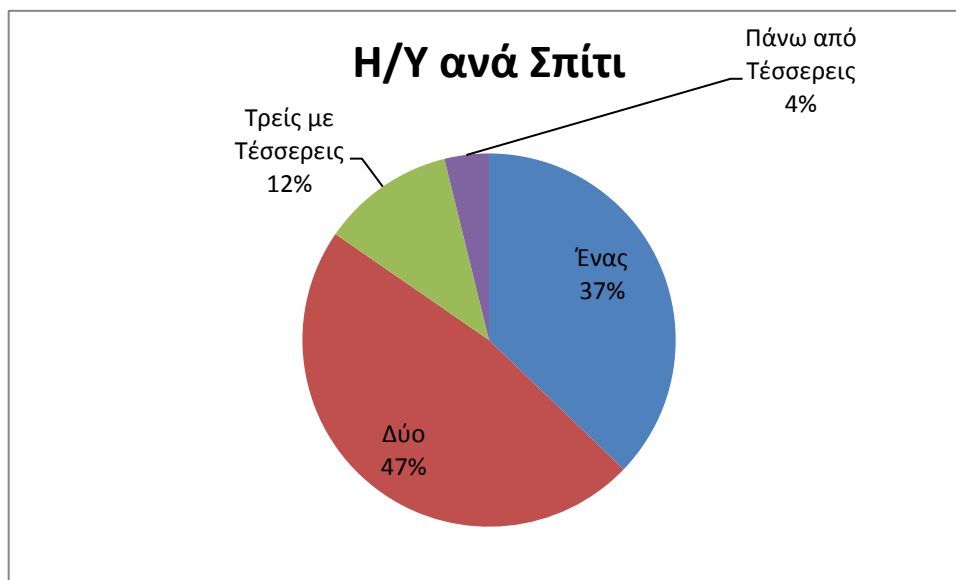
Διάγραμμα 3: Χρήστες ανά Η/Υ στο σπίτι σε ποσοστά



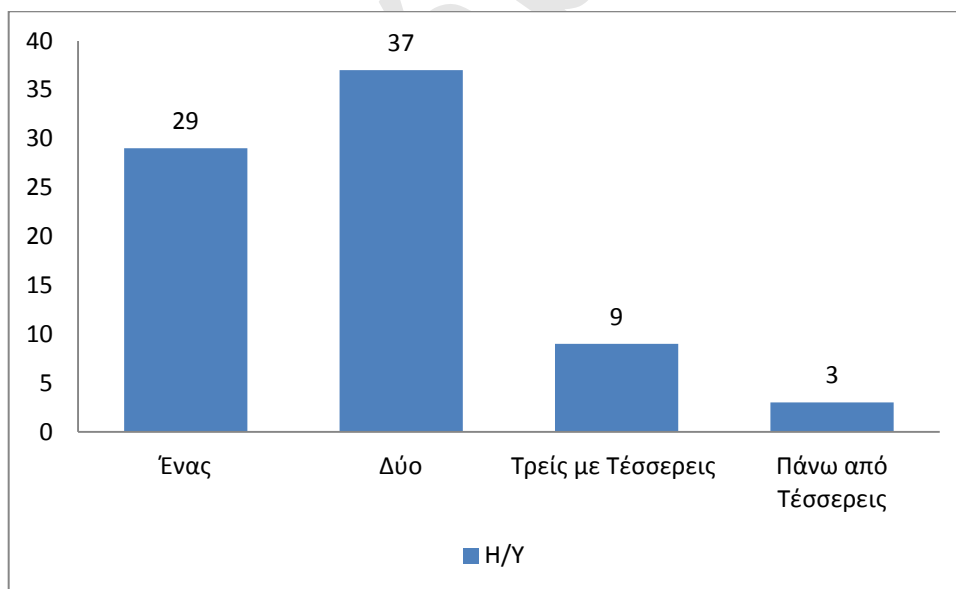
Διάγραμμα 4: Χρήστες ανά Η/Υ στο σπίτι

## 2.3 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές ανά σπίτι

Αναλύοντας τα δεδομένα μπορούμε να δούμε ότι σε κάθε σπίτι του δείγματος υπάρχουν δυο υπολογιστές σε ποσοστό 47%, συνολικά 37 σπίτια, και υπάρχει ένας υπολογιστής σε ποσοστό 37%. Τρεις με Τέσσερις υπολογιστές έχουν το 12% και πάνω από τέσσερις μόνο το 4%. Σε κάθε σπίτι υπάρχουν κατά μέσο όρο 1,8 υπολογιστές σύμφωνα με τα στοιχεία του δείγματός μας. (Διαγράμματα 5 και 6)



Διάγραμμα 5: Η/Υ ανά σπίτι σε ποσοστό

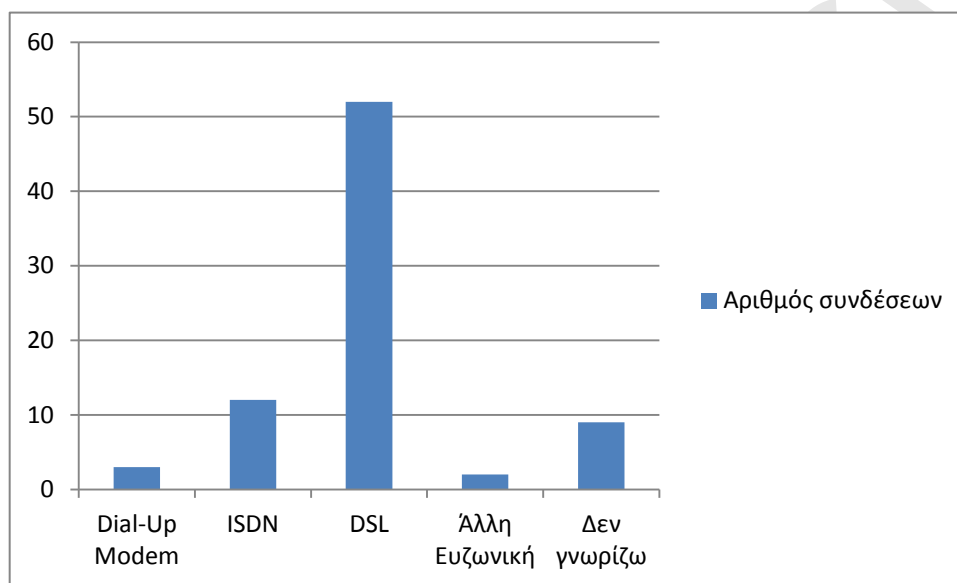


Διάγραμμα 6: Η/Υ ανά σπίτι

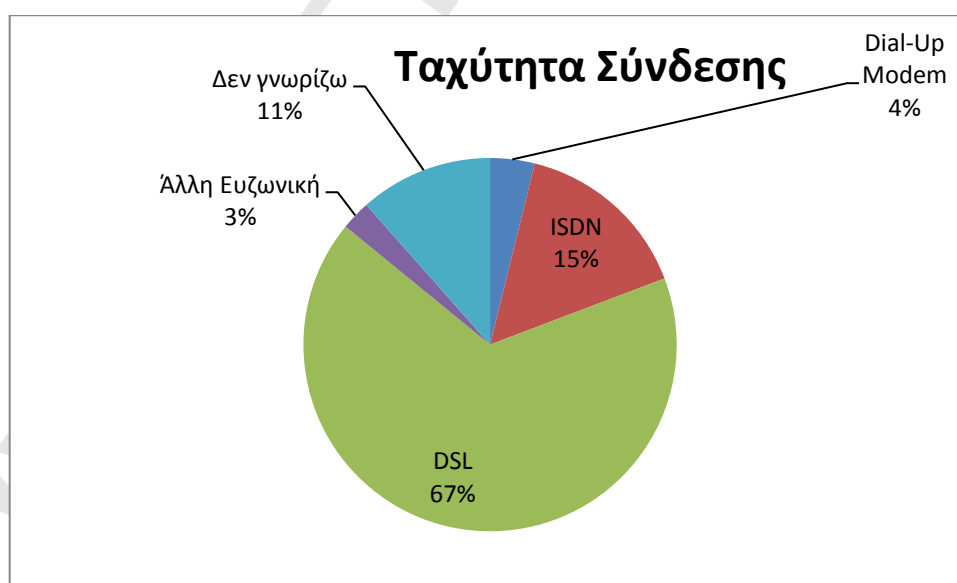


## 2.4 Ταχύτητα πρόσβασης στο διαδίκτυο

Σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητήριου για την κοινωνία την πληροφορίας η συντριπτική πλειοψηφία των συνδέσεων Ιντερνέτ στην Ελλάδα για το 2010 έχει ευρυζωνική σύνδεση [13]. Στην έρευνα μας ένα ποσοστό 70% χρησιμοποιεί ευρυζωνική σύνδεση και υπάρχει και ένα ποσοστό 11% το οποίο δεν γνωρίζει τον τύπο σύνδεσής του στο Ιντερνέτ. Αξίζει να σημειωθεί και το ποσοστό χρήσης των γραμμών ISDN το οποίο ανέρχεται στο 14% του δείγματος, αν και είναι μια ξεπερασμένη τεχνολογία. Η διάμεση ταχύτητα πρόσβασης στο διαδίκτυο είναι η DSL, κάτι το οποίο είναι αναμενόμενο λόγω της πτώσης του κόστους για την απόκτηση σύνδεσης DSL στην ελληνική αγορά. (Διαγράμματα 7 και 8)



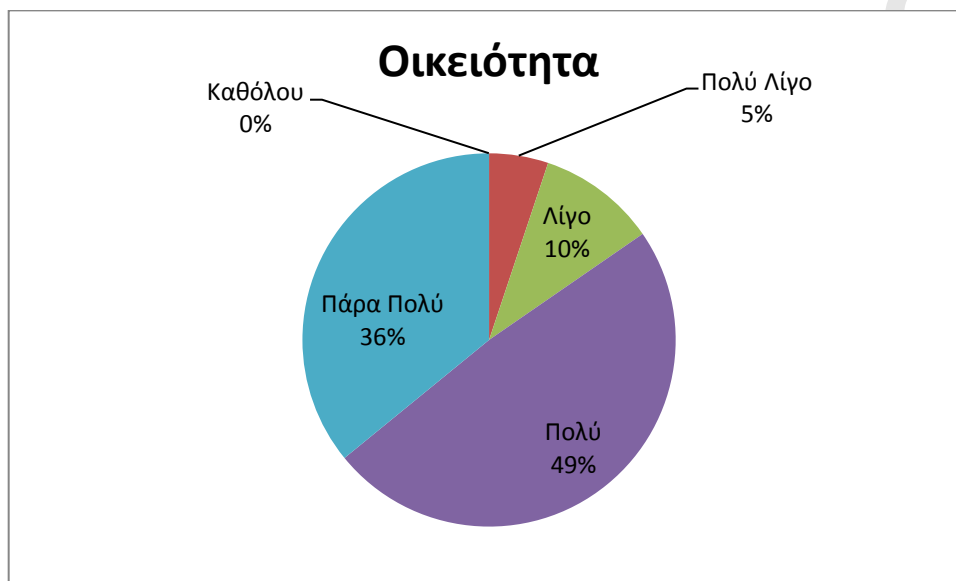
Διάγραμμα 7: Ταχύτητα σύνδεσης στο ίντερνετ



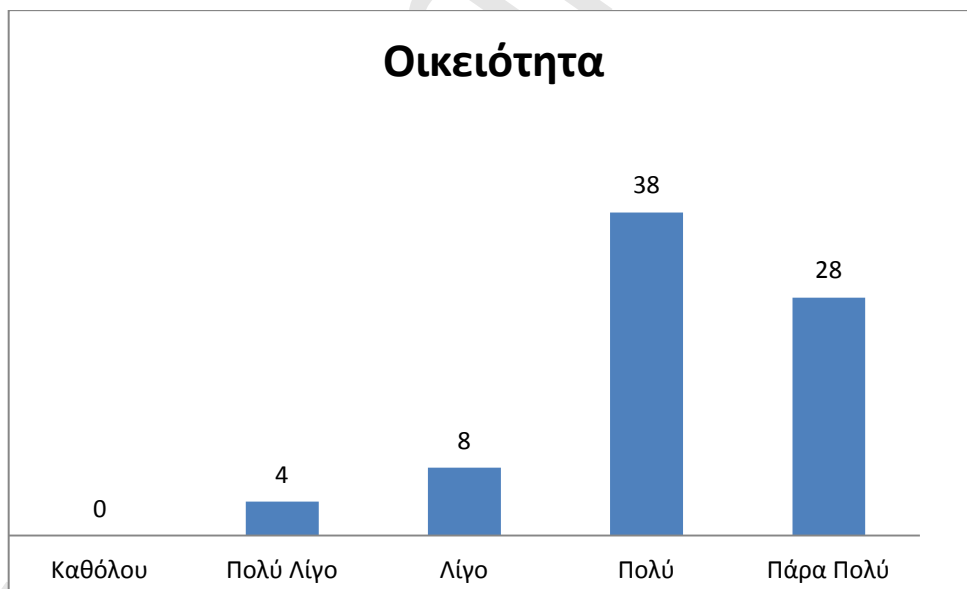
Διάγραμμα 8: Ταχύτητα σύνδεσης στο ίντερνέτ σε ποσοστά

## 2.5 Βαθμός οικειότητας με την χρήση του υπολογιστή

Οι χρήστες του δείγματός μας αισθάνονται Πολύ οικειότητα με την χρήση του υπολογιστή τους στο σπίτι, σε ποσοστό 49%, έτσι και η επικρατούσα τιμή τείνει στο ίδιο συμπέρασμα. Ένα ποσοστό 36% ,που αντιστοιχεί σε 28 χρήστες ,αισθάνεται Πάρα Πολύ οικειότητα ενώ τα ποσοστά για Λίγο ή Πολύ Λίγο είναι αρκετά χαμηλά στο 10% και 5% αντίστοιχα. Παρουσιάζονται χρήστες στο δείγμα μας οι οποίοι νιώθουν μεγάλη εξοικείωση με την χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών.(Διάγραμμα 9 και 10)



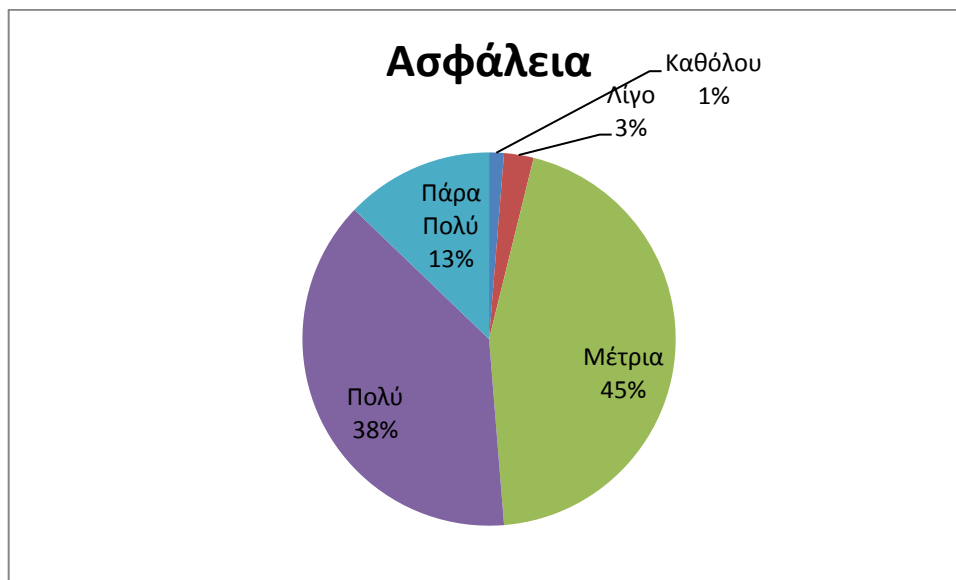
Διάγραμμα 9: Οικειότητα σε ποσοστά



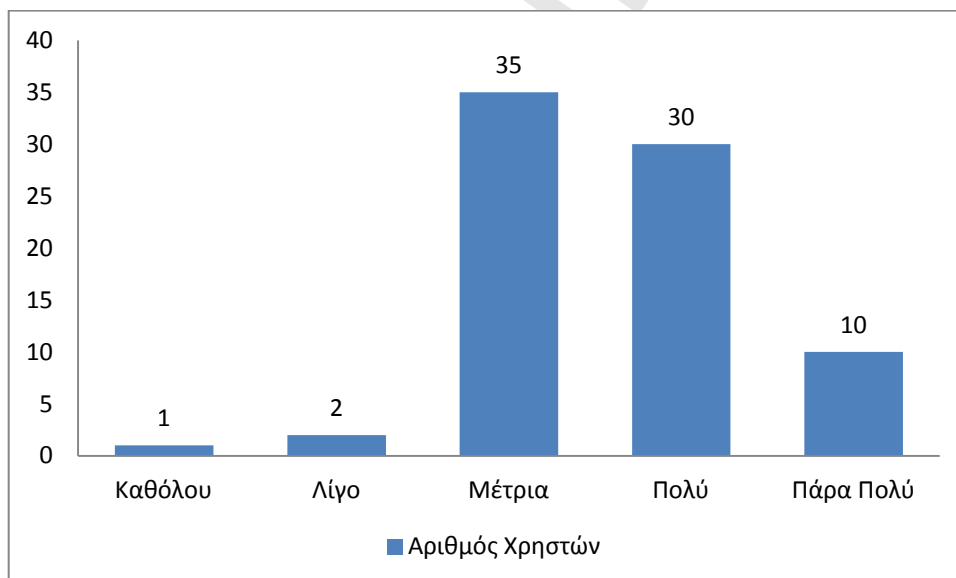
Διάγραμμα 10: Οικειότητα

## 2.6 Αίσθηση ασφάλειας στην περιήγηση στο διαδίκτυο

Το δείγμα μας παρουσιάζεται να νιώθει μια Μέτρια, με ποσοστό 45%, ως Πολύ ασφάλεια, με ποσοστό 38%, σχετικά με την περιήγηση στο διαδίκτυο. Πάρα Πολύ ασφάλεια νιώθει μόνο το 13% ενώ Καθόλου ή Λίγο το 1% και 3% αντίστοιχα. (Διαγράμματα 11 και 12)



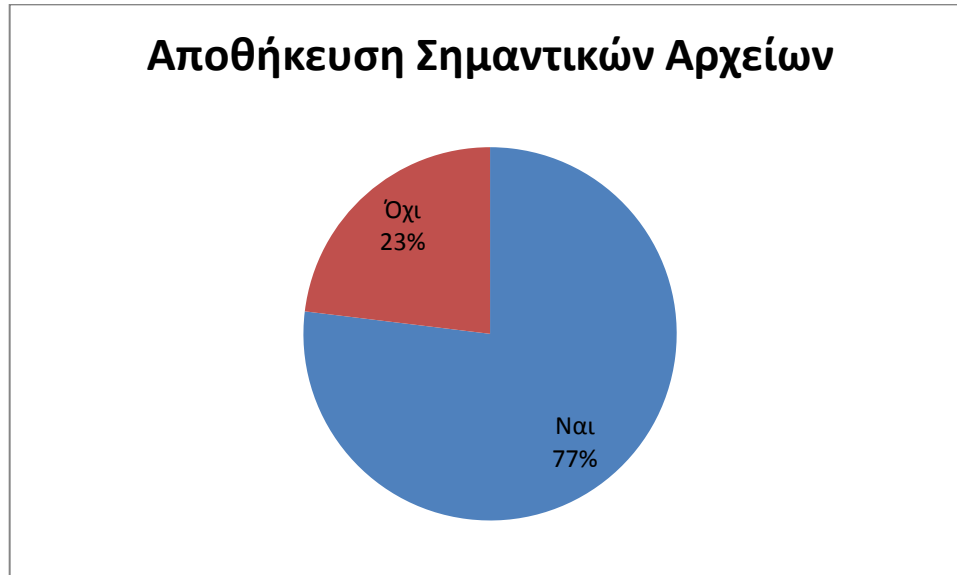
Διάγραμμα 11: Ασφάλεια στο διαδίκτυο σε ποσοστά



Διάγραμμα 12: Ασφάλεια στο διαδίκτυο

## 2.7 Αποθήκευση σημαντικών ή απορρήτων δεδομένων στον υπολογιστή

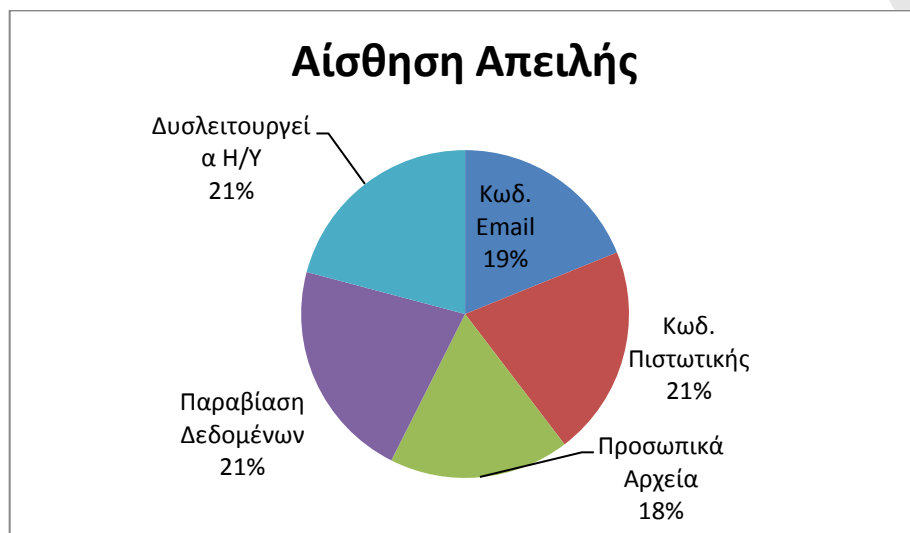
Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων σε ένα ποσοστό 77% δηλώνει ότι αποθηκεύει στον οικιακό της υπολογιστή δεδομένα τα οποία θεωρεί σημαντικά ή απόρρητα. Αυτό το ποσοστό παρουσιάζεται ιδιαίτερα αυξημένο στην έρευνα. (Διάγραμμα 13)



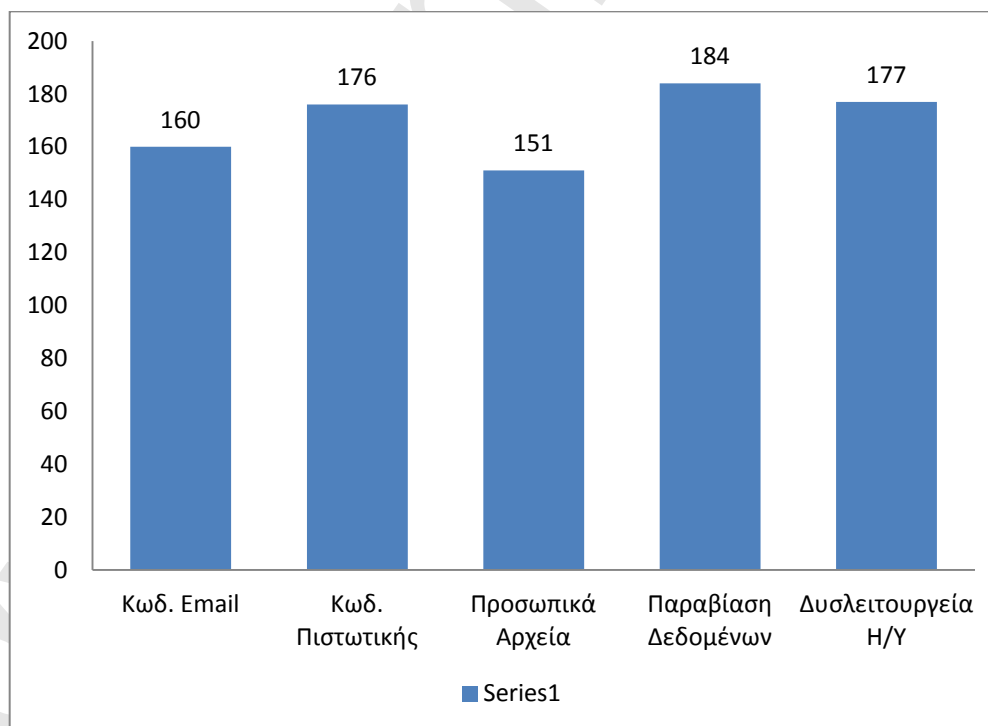
Διάγραμμα 13: Αποθήκευση Σημαντικών Αρχείων

## 2.8 Αίσθηση απειλής στο διαδίκτυο

Το δείγμα μας παρουσιάζεται να νιώθει την μεγαλύτερη απειλή στον ιντερνέτ για την υποκλοπή του κωδικού της πιστωτικής τους κάρτας καθώς και για την παραβίαση των προσωπικών του δεδομένων με ποσοστό 21% για την κάθε απειλή. Ακολουθεί η δυσλειτουργία του υπολογιστή με το ίδιο ποσοστό, η υποκλοπή των κωδικών του email με ποσοστό 19% και η υποκλοπή προσωπικών αρχείων από τον υπολογιστή με ποσοστό 18%. Η μέση αίσθηση απειλής είναι λίγο παραπάνω από Μέτρια για τις απειλές που αναφέρουμε. (Διαγράμματα 14 και 15)



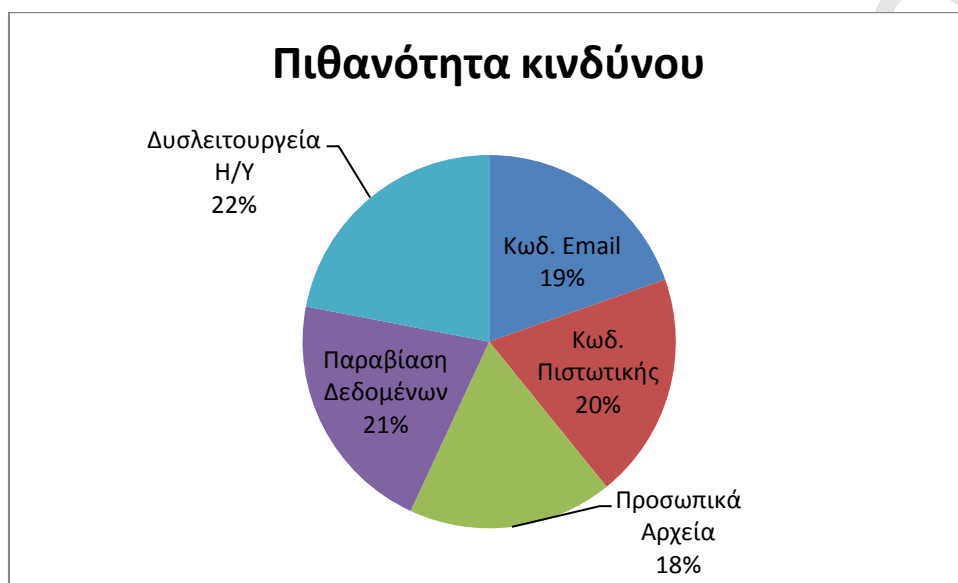
Διάγραμμα 14: Αίσθηση Απειλής σε ποσοστά



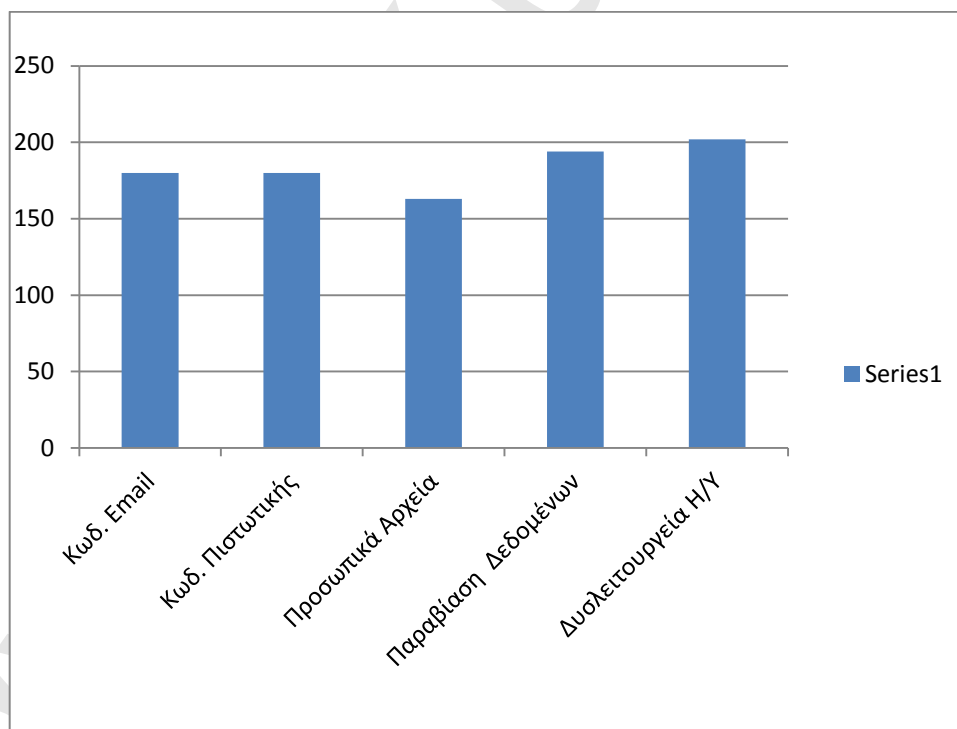
Διάγραμμα 15: Αίσθηση Απειλής

## 2.9 Πιθανότητα να συμβεί η απειλή

Ως πιο πιθανό κίνδυνο δηλώνουν την Δυσλειτουργία του οικιακού τους υπολογιστή σε ποσοστό 21%, μετά ακολουθούν η παραβίαση των προσωπικών δεδομένων 21% , η υποκλοπή των κωδικών της πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας 20%, η υποκλοπή των κωδικών του email με ποσοστό 19% και τέλος η υποκλοπή προσωπικών αρχείων με 18%. Η πιθανότητα να συμβούν οι παραπάνω κίνδυνοι είναι ανάμεσα στο Λίγο και Πολύ. (Διαγράμματα 16 και 27)



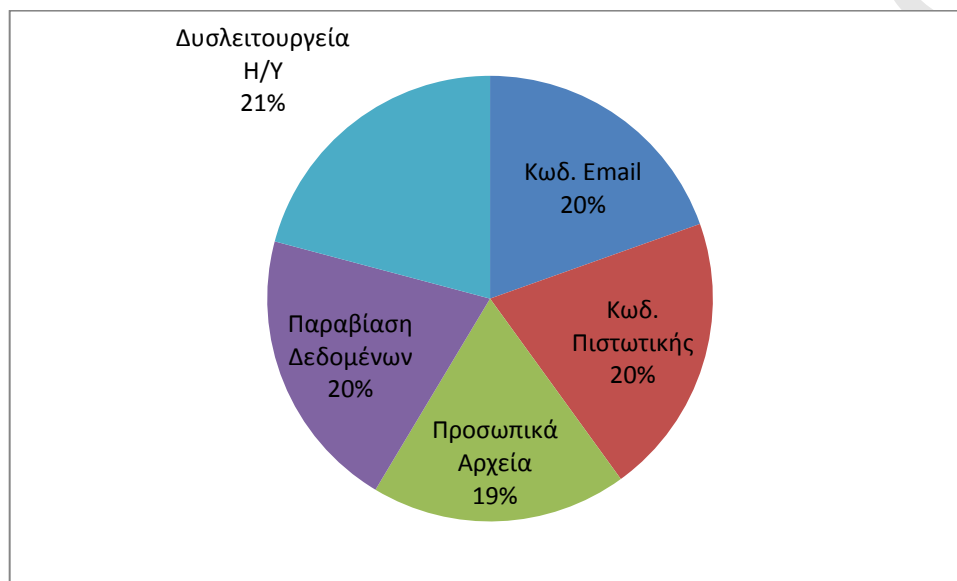
Διάγραμμα 16: Πιθανότητα κινδύνου σε ποσοστά



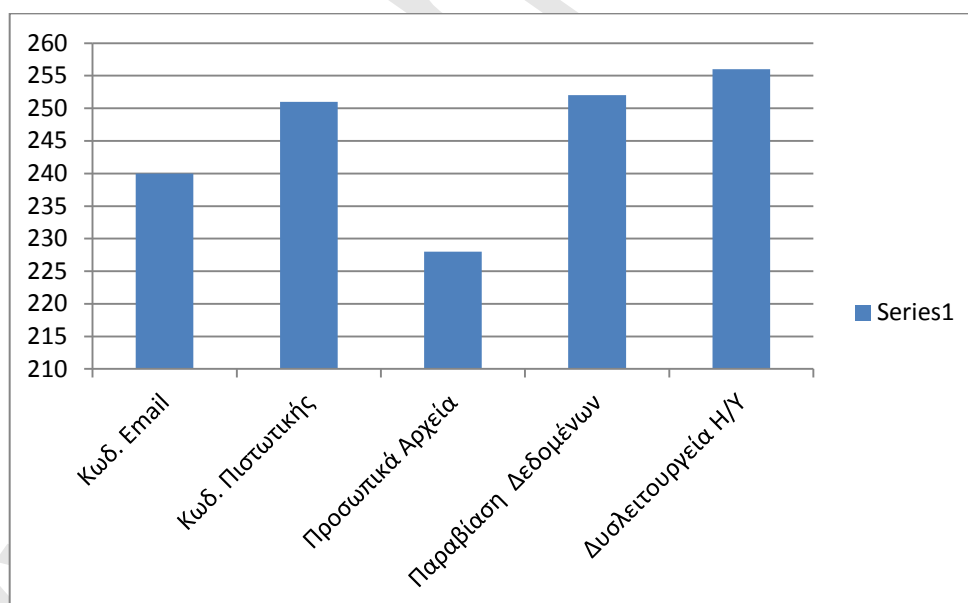
Διάγραμμα 17: Πιθανότητα κινδύνου

## 2.10 Μέγεθος ζημιάς από κακόβουλο λογισμικό

Ως μεγαλύτερη ζημία η οποία μπορεί να βλάψει τον υπολογιστή των χρηστών μας παρουσιάζεται η δυσλειτουργία του Η/Υ με ποσοστό 21%, ακολουθούν η παραβίαση προσωπικών δεδομένων, η υποκλοπή των κωδικών του email και των πιστωτικών καρτών με 20% και τέλος η υποκλοπή προσωπικών αρχείων με 19%. Σχετικά με το γενικό μέγεθος ζημιάς που μπορεί να προκληθεί αυτό δέχεται την τιμή Μέτρια, άρα βλέπουμε πως υπάρχει αναγνώριση του μεγέθους ζημιάς από τους παραπάνω παράγοντες. (Διαγράμματα 18 και 19)



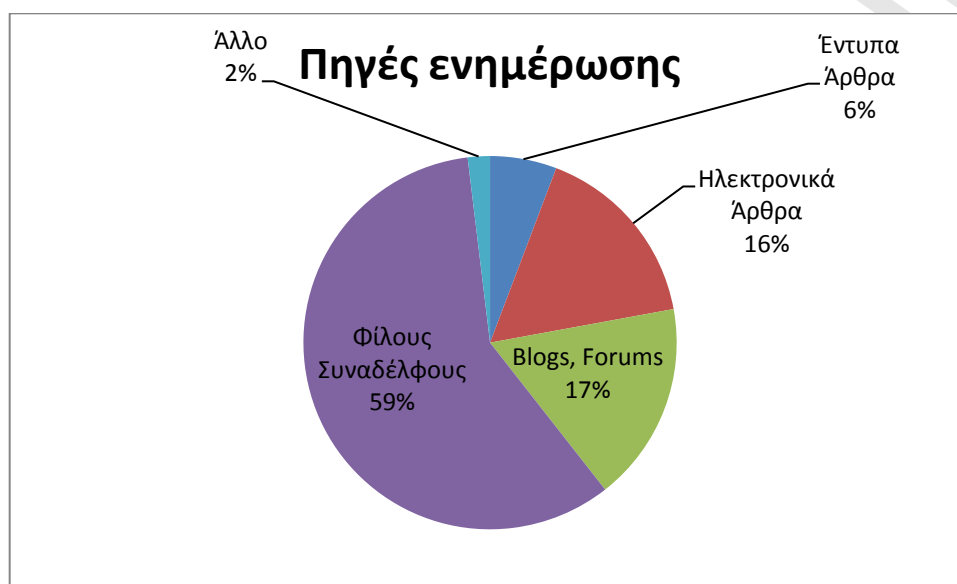
Διάγραμμα 18: Μέγεθος ζημιάς από ιό σε ποσοστά



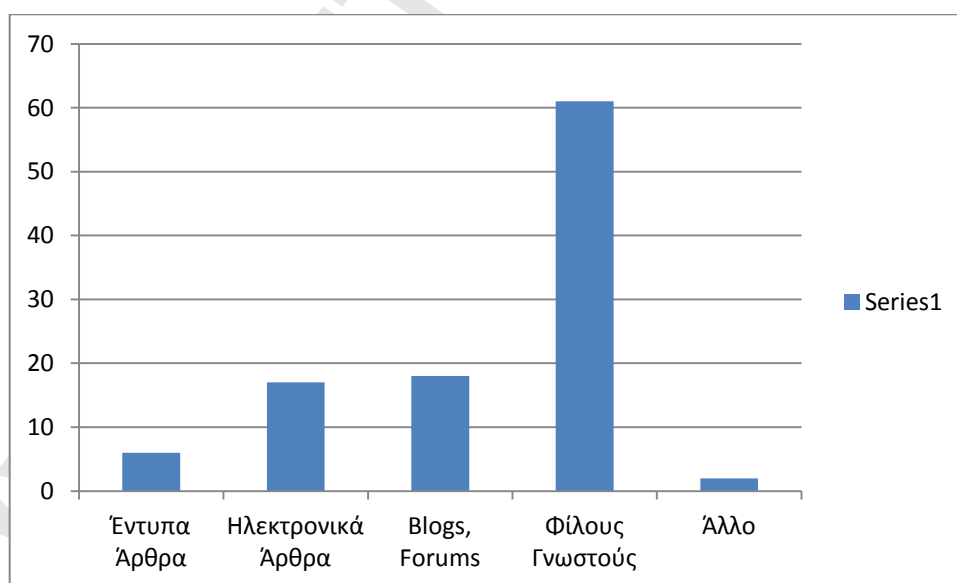
Διάγραμμα 19: Μέγεθος ζημιάς από ιό

## 2.11 Πηγές ενημέρωσης για την αγορά ενός αντιβιοτικού προγράμματος

Η ενημέρωση για την αγορά ενός αντιβιοτικού προγράμματος γίνεται κυρίως από φίλους/ συναδέλφους σε ένα ποσοστό 69% και αποτελεί την κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης και για όσους έχουν επιλέξει παραπάνω από ένα μέσω, ένα ποσοστό 35% (Διάγραμμα 22). Ακολουθούν τα Blogs και Forums του διαδικτύου με ποσοστό 17%. Το 16% ενημερώνετε από άρθρα σε ηλεκτρονικά περιοδικά και το 6% από έντυπα άρθρα. (Διαγράμματα 20 και 21)



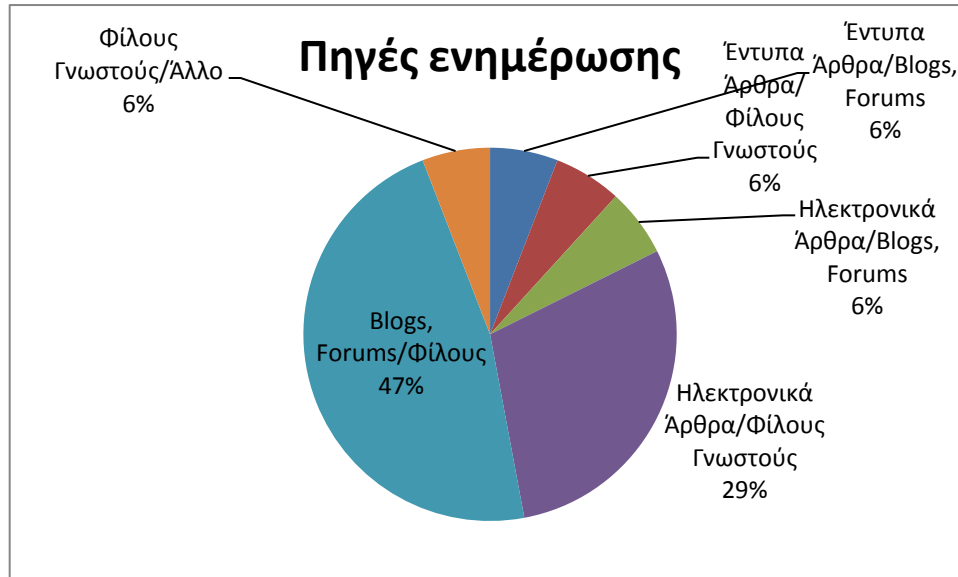
Διάγραμμα 20: Πηγάς ενημέρωσης σε ποσοστά



Διάγραμμα 21: Πηγάς ενημέρωσης



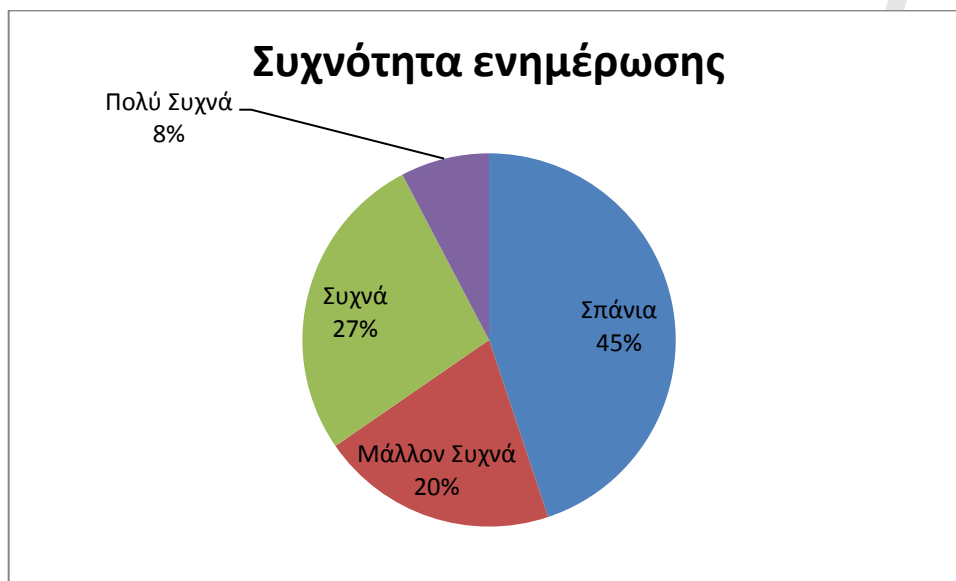
Το 35% του δείγματος επιλέγει να ενημερώνεται από παραπάνω από μία πηγή. Έτσι ένα 47% επιλέγει Blogs, Forums φίλους /συναδέλφους και ακολουθούν τα Ηλεκτρονικά άρθρα με τους φίλους σε ποσοστό 29%. Οι Φίλοι και οι Συνάδελφοι είναι η κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης για την αγορά ενός προγράμματος. (Διάγραμμα 22)



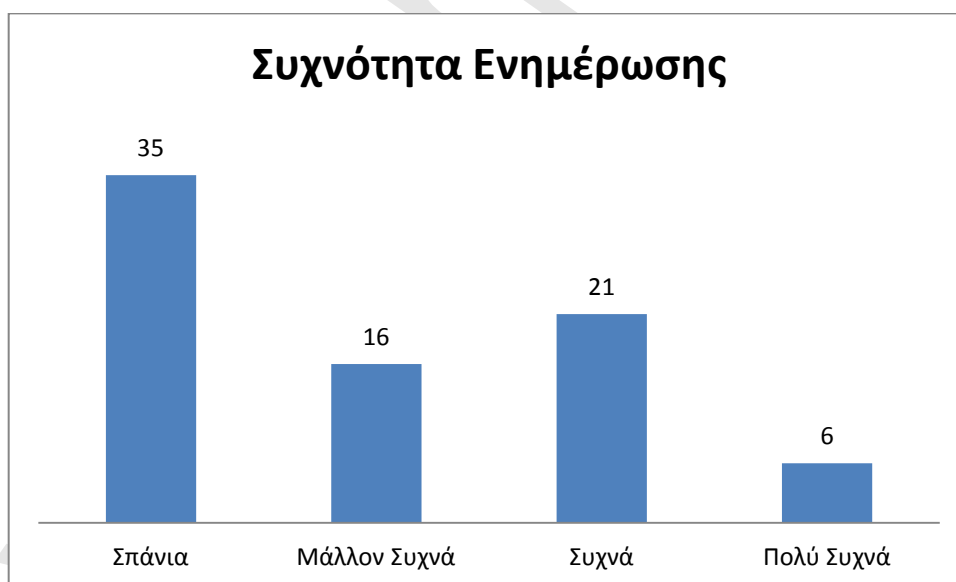
Διάγραμμα 22: Πηγές ενημέρωσης , παραπάνω από ένα μέσο

## 2.12 Συχνότητα ενημέρωσης για την αγορά Antivirus

Η συχνότητα ενημέρωσης για την επιλογή του Antivirus αλλά και τις εξελίξεις για το προϊόν είναι κάτι το οποίο δεν απασχολεί ιδιαίτερα τους χρήστες καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό 45%, σχεδόν το μισό δείγμα δηλώνει ότι ενημερώνεται σπάνια. Τα ποσοστά για την συχνή ή πολύ συχνή ενημέρωση είναι στο 21% και 6% αντίστοιχα. Μπορούμε να πούμε ότι ενημερώνονται μόνο όταν παρουσιαστεί η ανάγκη να αποκτήσουν ένα πρόγραμμα ασφαλείας για τον υπολογιστή τους. (Διαγράμματα 23 και 24)



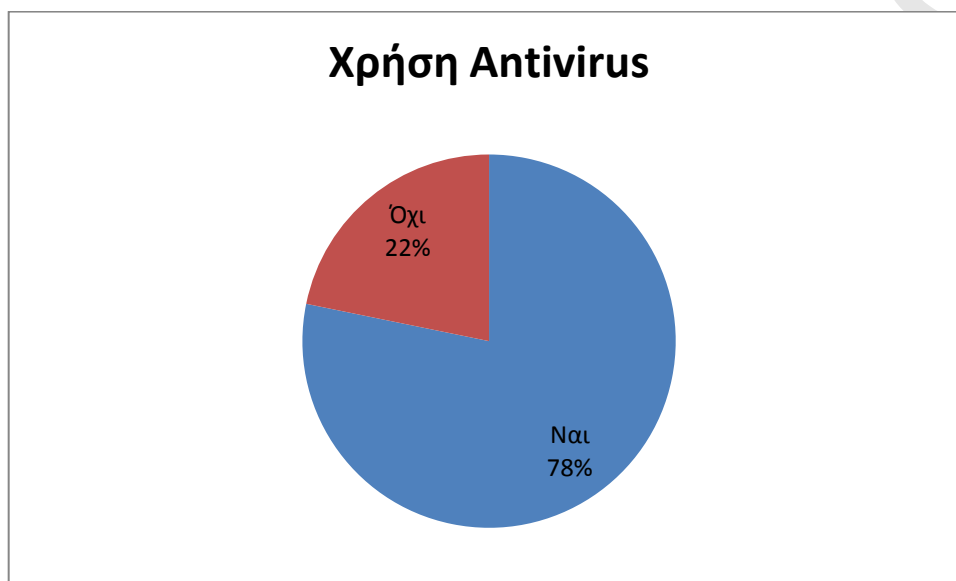
Διάγραμμα 23: Συχνότητα ενημέρωσης σε ποσοστά



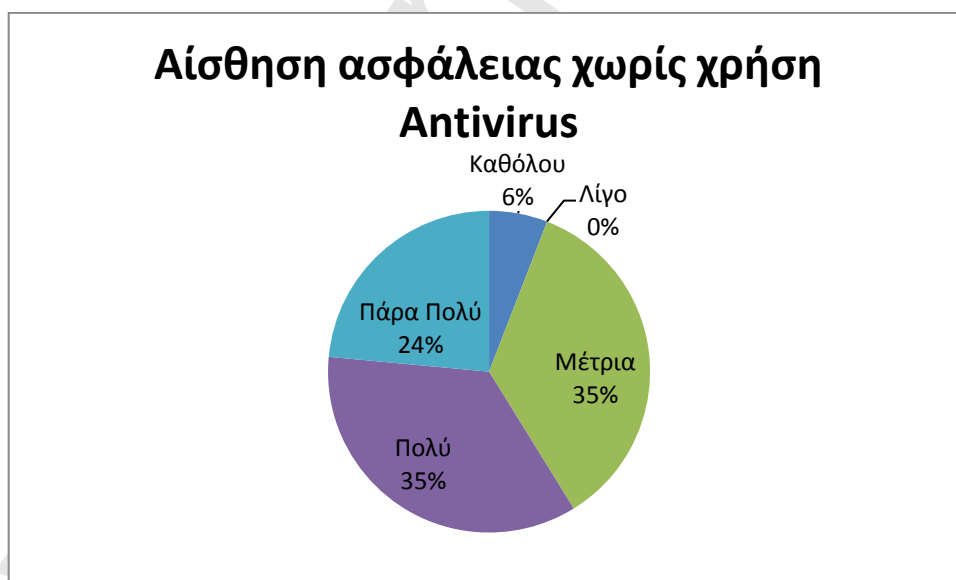
Διάγραμμα 24: Συχνότητα ενημέρωσης

## 2.13 Χρήση Antivirus

Στην κρίσιμη ερώτηση αν χρησιμοποιεί κάποιο λογισμικό ασφαλείας για την προστασία του υπολογιστή του το 78% απαντάει θετικά και μόνο ένα 22% απαντάει αρνητικά. (Διάγραμμα 25) Αξίζει να σημειωθεί ότι και τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν κάποιο Antivirus στον υπολογιστή τους δηλώνουν μέτρια έως πολύ ασφαλείς στην πλοήγησή τους στο διαδίκτυο, ένα γεγονός το οποίο υποδηλώνει μια άγνοια των κινδύνων που μπορεί να εμφανιστούν στο διαδίκτυο. (Διάγραμμα 26)



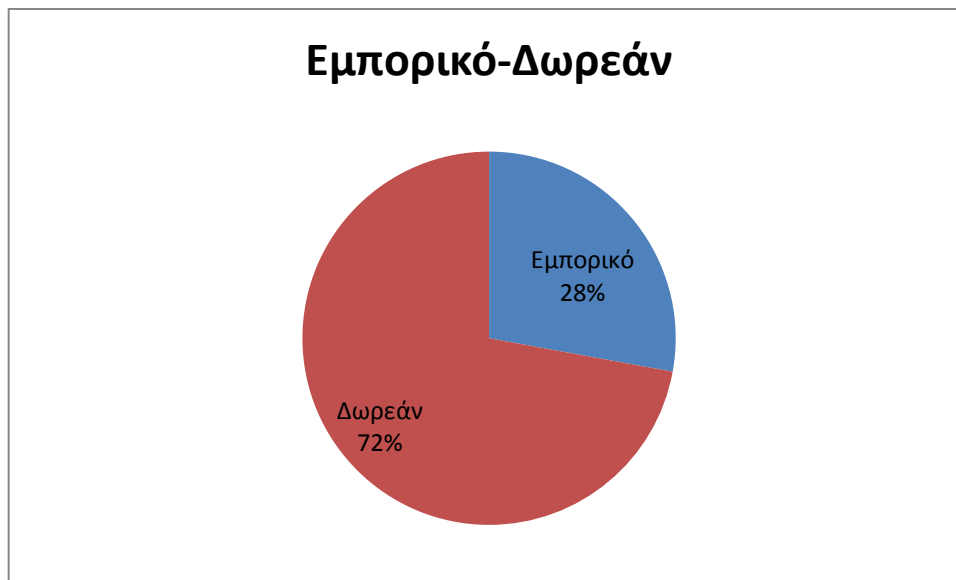
Διάγραμμα 25: Χρήση Antivirus



Διάγραμμα 26: Αίσθηση ασφάλειας χωρίς την χρήση Antivirus

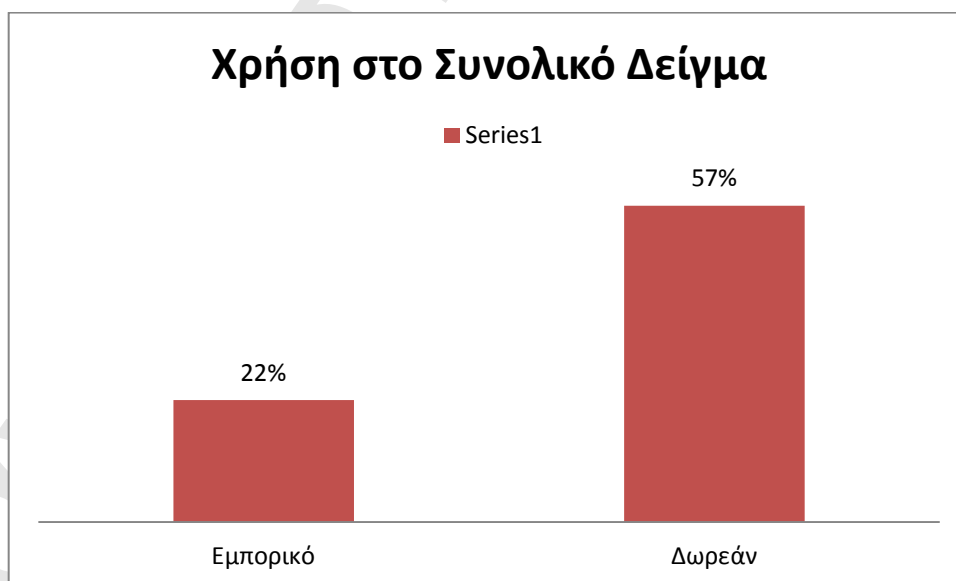
## 2.14 Εμπορικό ή Δωρεάν αντιβιοτικό πρόγραμμα

Από τα άτομα τα οποία χρησιμοποιούν Antivirus το 72% του δείγματος έχει επιλέξει ένα Antivirus το οποίο παρέχεται δωρεάν στους χρήστες ενώ μόλις το 28% χρησιμοποιεί ένα πρόγραμμα ασφαλείας το οποίο έχει αγοραστεί. (Διάγραμμα 27)



Διάγραμμα 27: Εμπορικό ή Δωρεάν προϊόν

Αν κοιτάξουμε το σύνολο του δείγματός μας, και τα 78 άτομα, τα άτομα τα οποία χρησιμοποιούν ένα δωρεάν Antivirus ανέρχονται στο 57% και μόνο ένα 22% χρησιμοποιεί ένα εμπορικό προϊόν για την προστασία του υπολογιστή του καθώς το υπόλοιπο 21% δεν χρησιμοποιεί καθόλου. (Διάγραμμα 28)

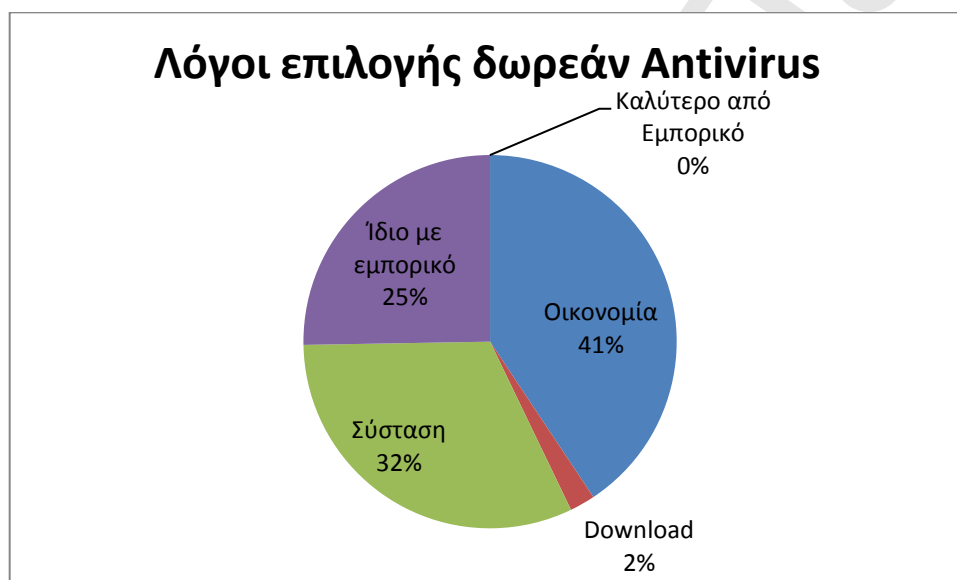


Διάγραμμα 28: Χρήση Antivirus στο συνολικό δείγμα

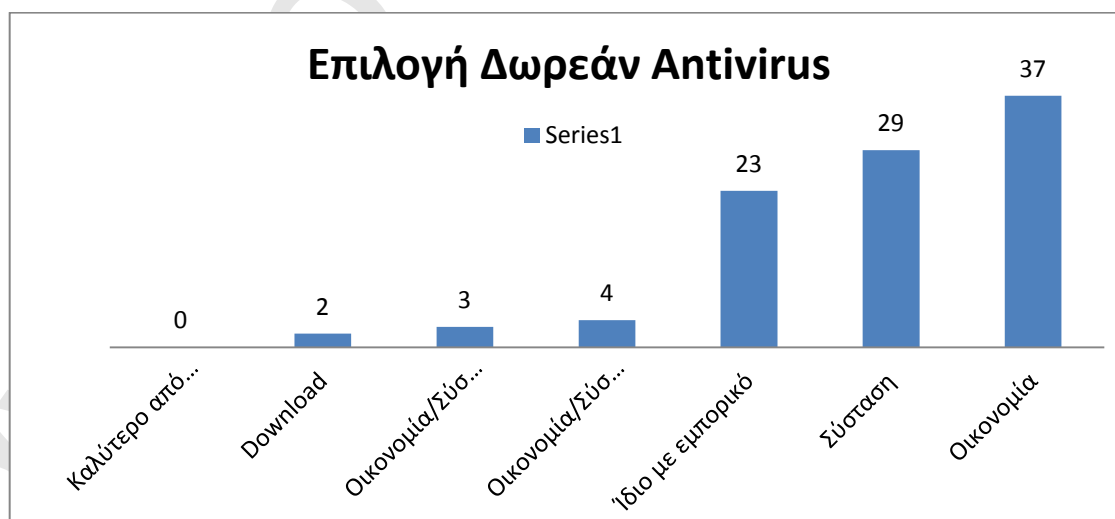
## 2.15 Λόγοι επιλογής δωρεάν προγράμματος ασφαλείας

Εδώ μπορούμε να δούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος 41% θα επέλεγε ένα δωρεάν Antivirus για την οικονομία που του παρέχει. Αξίζει να σημειωθεί ότι για την επιλογή τους σε ένα ποσοστό 32% το δείγμα επηρεάζεται από σύσταση την οποία έχει δεχτεί από φίλο ή συνάδελφο. Συνδυάζοντάς το και με τις πηγές ενημέρωσης και επιρροής για την αγορά ενός προγράμματος Antivirus είδαμε και εκεί την επιρροή από συναδέλφους να είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Ένα ποσοστό 6% θα επέλεγε το δωρεάν για την οικονομία και την σύσταση την οποία έχει δεχτεί από φίλο ή συνάδελφο.

Το δείγμα μας σε ένα ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό 25% πιστεύει ότι τα δωρεάν Antivirus είναι το ίδιο αποτελεσματικά με τα εμπορικά προγράμματα για τον λόγο αυτό θα τα επέλεγε ενώ κανένας δεν έχει την εντύπωση ότι το δωρεάν Antivirus είναι καλύτερο από το εμπορικό προϊόν. (Διαγράμματα 29 και 30)



Διάγραμμα 29: Λόγοι επιλογής δωρεάν Antivirus σε ποσοστά

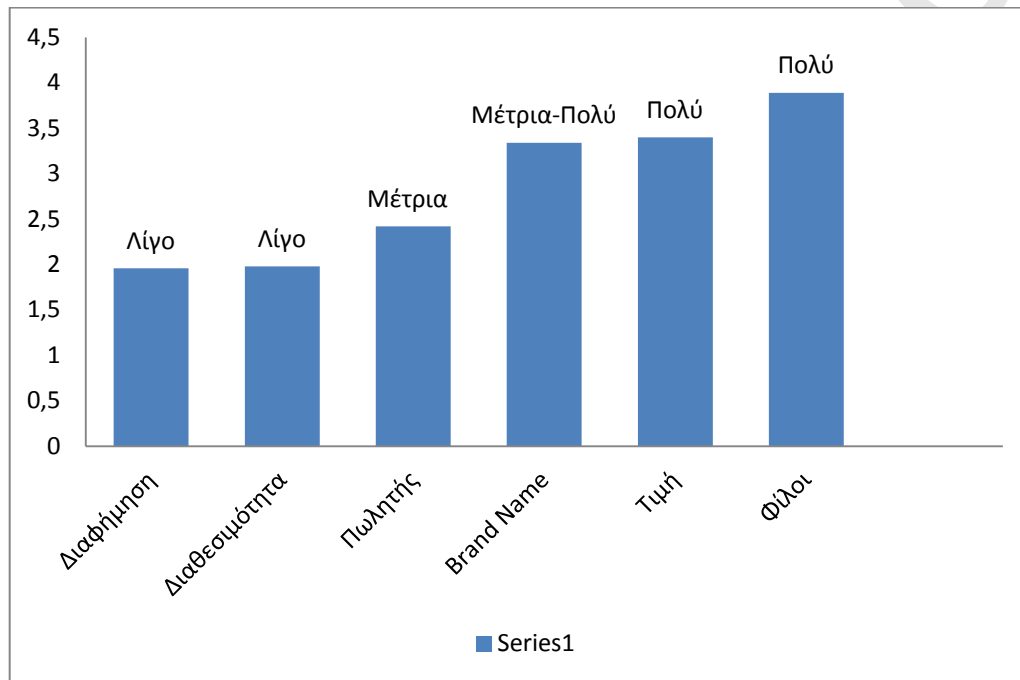


Διάγραμμα 30: Λόγοι επιλογής δωρεάν Antivirus

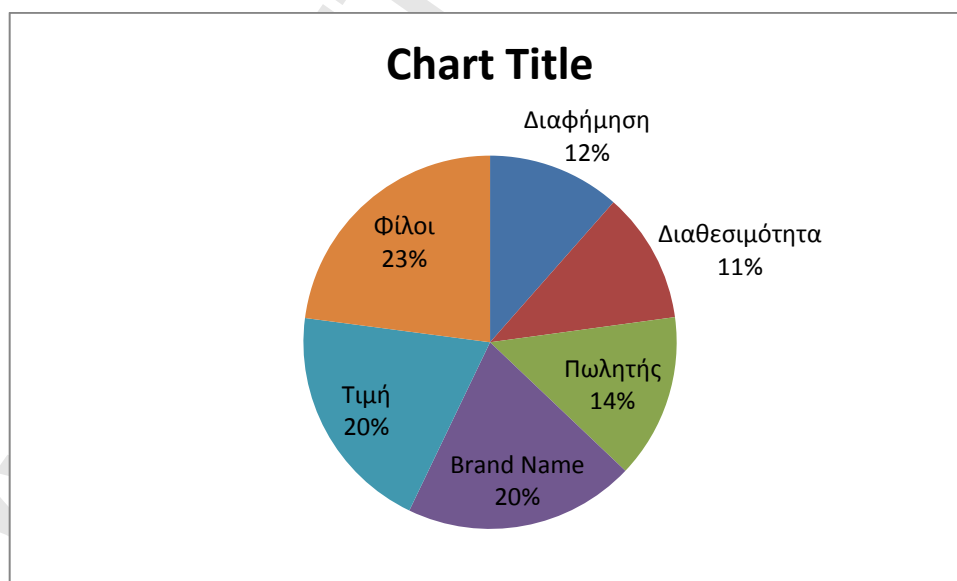
## 2.16 Επιρροή για την επιλογή λογισμικού ασφαλείας

Για την επιλογή ενός προγράμματος ασφαλείας το δείγμα μας επηρεάζεται πάλι Πολύ από τους φίλους/συναδέλφους, στην συνέχεια Μέτρια ως Πολύ επιρροή έχει η τιμή του προϊόντος το οποίο θα επιλέξουν. Το να είναι διαδεδομένο ένα προϊόν, να έχει δηλαδή ένα ισχυρό Brand Name ασκεί πάνω τους μία Μέτρια επιρροή. (Διαγράμματα 31 και 32)

Ο πωλητής στο κατάστημα είναι κάτι το οποίο επηρεάζει Μέτρια τον υποψήφιο αγοραστή για την επιλογή ενός Antivirus. Η διαφήμιση αλλά και η διαθεσιμότητα του προϊόντος στο ράφι ασκούν Λίγη επιρροή στον υποψήφιο αγοραστή.

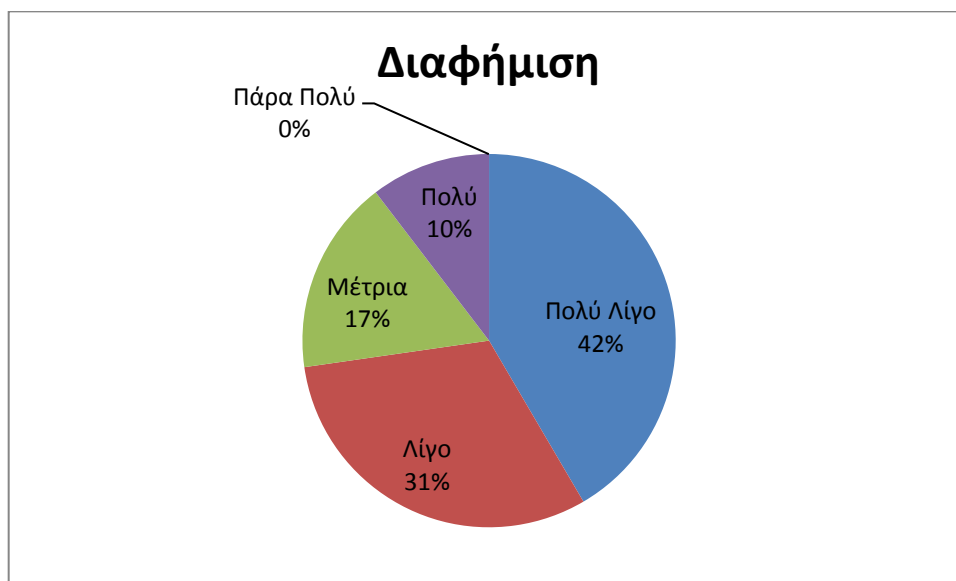


Διάγραμμα 31: Επιρροή για την αγορά



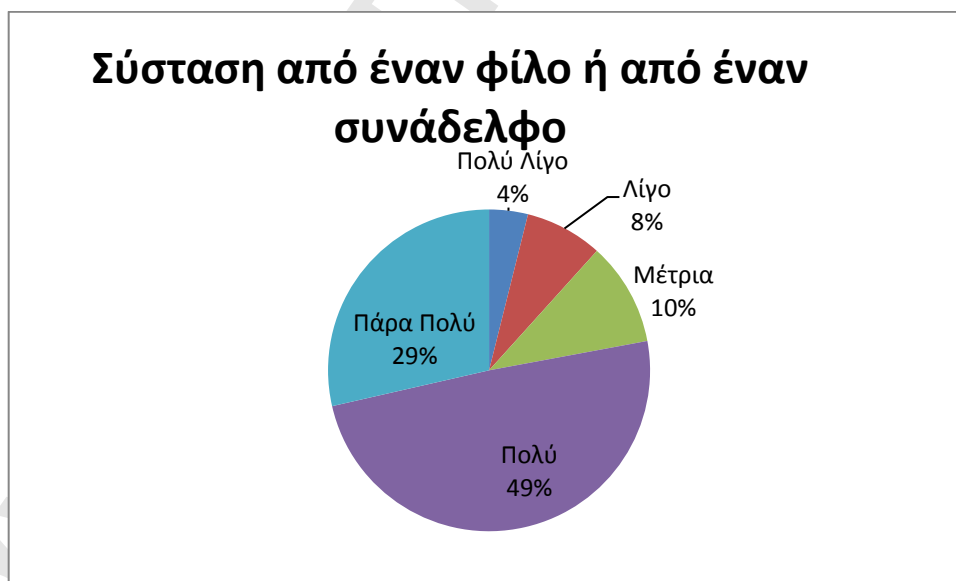
Διάγραμμα 32: Επιρροή για την αγορά σε ποσοστά

Η επιρροή της **διαφήμισης** για την επιλογή του προϊόντος φαίνεται να είναι πολύ μικρή και αυτό μπορούμε να το συνδυάσουμε με το γεγονός ότι την μεγαλύτερη επιρροή την ασκούν άλλοι παράγοντες όπως η σύσταση από τον φίλο/συνάδελφο. (Διάγραμμα 33)



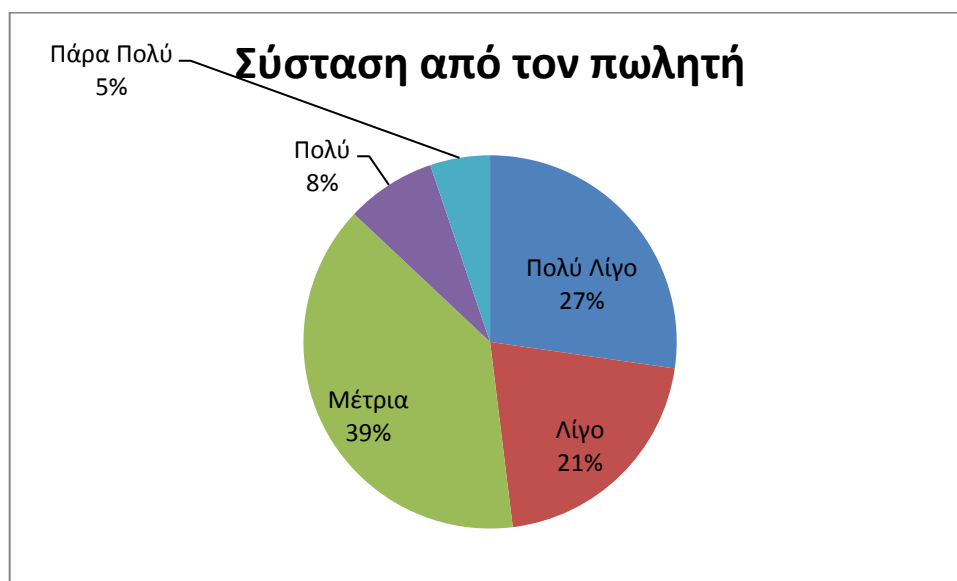
Διάγραμμα 33: Επιρροή από διαφήμιση

Η **σύσταση από έναν φίλο ή από έναν συνάδελφο** είναι ο παράγοντας ο οποίος επηρεάζει πιο πολύ τον αγοραστή για την επιλογή του προϊόντος σε ένα ποσοστό 78% καθώς είναι τα άτομα τα οποία εμπιστεύεται περισσότερο για την επιλογή του. (Διάγραμμα 34)



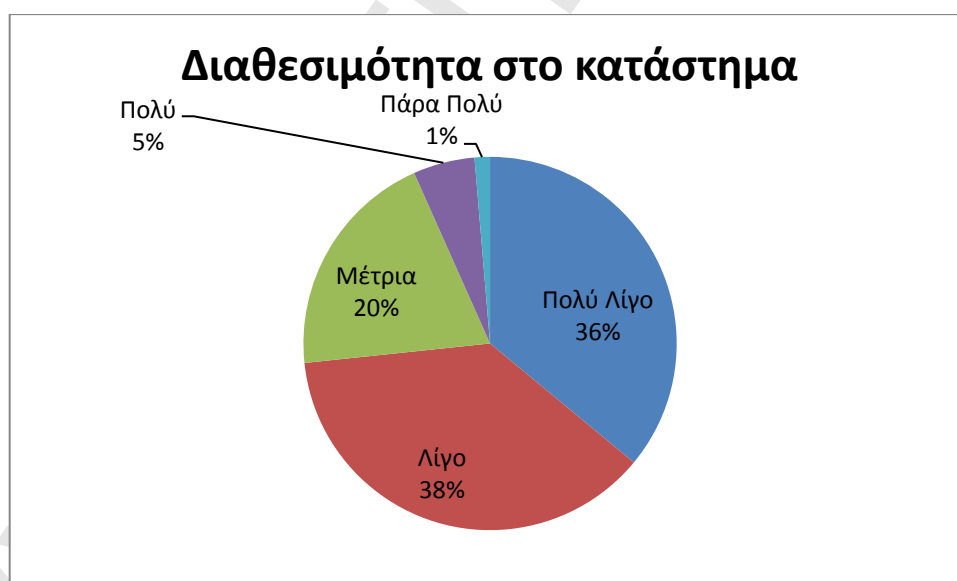
Διάγραμμα 34: Επιρροή από φίλο/συνάδελφο

Η **σύσταση από τον πωλητή** του καταστήματος ασκεί μέτρια έως πολύ λίγο επιρροή στον αγοραστή. Ο χρήστης επηρεάζεται πολύ ή πάρα πολύ σε ένα μικρό ποσοστό 13%. Μέτρια είναι και η επιρροή του πωλητή στα άτομα τα οποία αγόρασαν το τελευταίο τους Antivirus από ένα κατάστημα ή πολυκατάστημα. (Διάγραμμα 35)



Διάγραμμα 35: Επιρροή από πωλητή

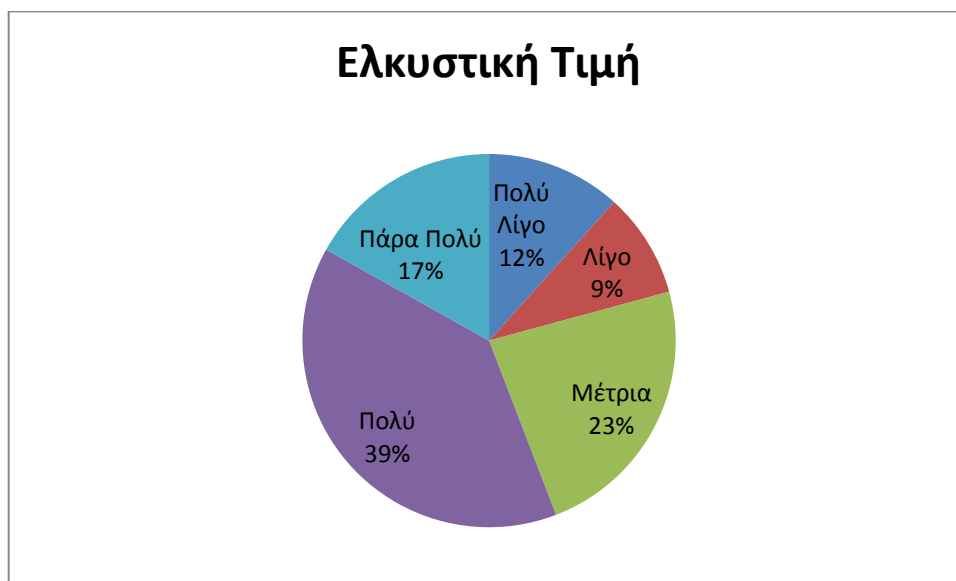
Η **Διαθεσιμότητα στο κατάστημα** ασκεί Λίγο και Πολύ Λίγο επιρροή στον αγοραστή, άρα δηλώνει κοινό το οποίο δεν θα πάρει την απόφαση από τα προϊόντα τα οποία βλέπει στο ράφι να είναι διαθέσιμα αλλά θα περιμένει για να προμηθευτεί εκείνο το οποίο έχει επιλέξει με διαφορετικά κριτήρια. (Διάγραμμα 36)



Διάγραμμα 36: Επιρροή από διαθεσιμότητα

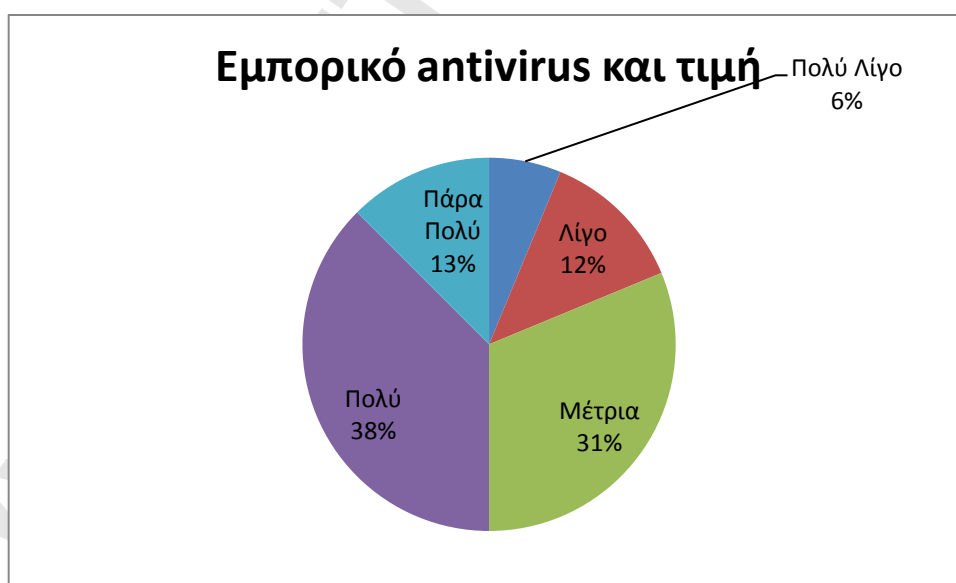


Η **Ελκυστική Τιμή** είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει Πολύ το 39% του δείγματος άρα βλέπουμε πως είναι ένας καθοριστικός παράγοντας αν προσθέσουμε και το 17% το οποίο έχει δηλώσει ότι επηρεάζεται Πάρα Πολύ. (Διάγραμμα 37)



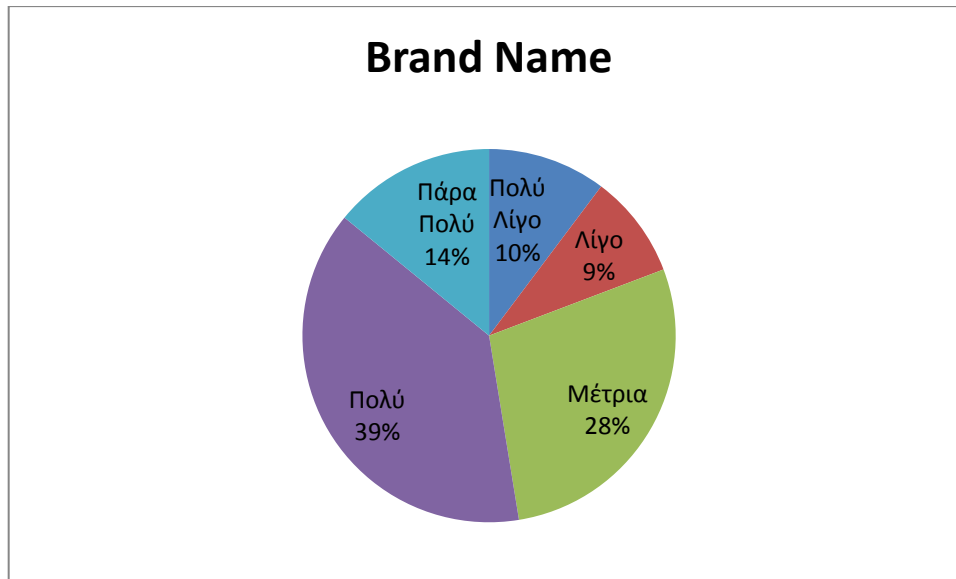
Διάγραμμα 37: Επιρροή από την τιμή

Εξετάζοντας το δείγμα το οποίο έχει δηλώσει ότι χρησιμοποιεί ένα εμπορικό Antivirus η επιρροή του από την τιμή του προϊόντος είναι Πάρα Πολύ σε ένα ποσοστό 13%, Πολύ σε ποσοστό 38% και Μέτρια επιρροή σε ποσοστό 31%. Μπορούμε να συμπεραίνουμε ότι το κόστος αγοράς του προϊόντος είναι κάτι το οποίο απασχολεί ιδιαίτερα τον αγοραστή του δείγματός μας (Διάγραμμα 38)



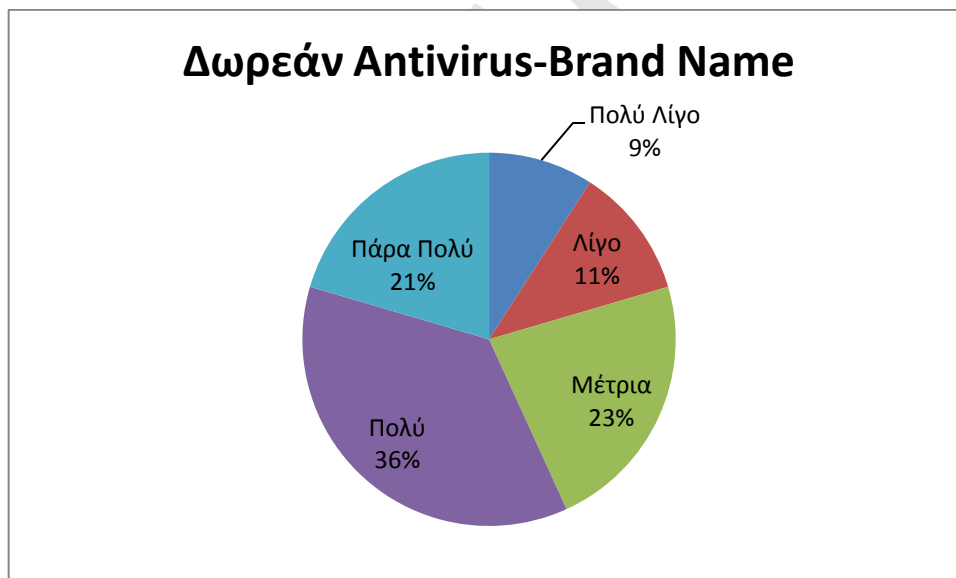
Διάγραμμα 38: Αγορά Antivirus και επιρροή από την τιμή

Το αναγνωρισμένο **Brand Name** ασκεί μία σημαντική επιρροή στα κριτήρια με τα οποία θα προμηθευτεί ένα λογισμικό ασφαλείας. (Διάγραμμα 39)



Διάγραμμα 39: Επιρροή από Brand Name

Αν εξετάσουμε τα άτομα τα οποία έχουν επιλέξει να χρησιμοποιήσουν ένα δωρεάν λογισμικό ασφαλείας θα δούμε πως το Brand Name τους επηρεάζει Πάρα Πολύ σε ποσοστό 21% και Πολύ σε 36%, ενώ τους ασκεί Λίγο και Πολύ Λίγο επιρροή σε ποσοστά 11% και 9% αντίστοιχα. (Διάγραμμα 40)

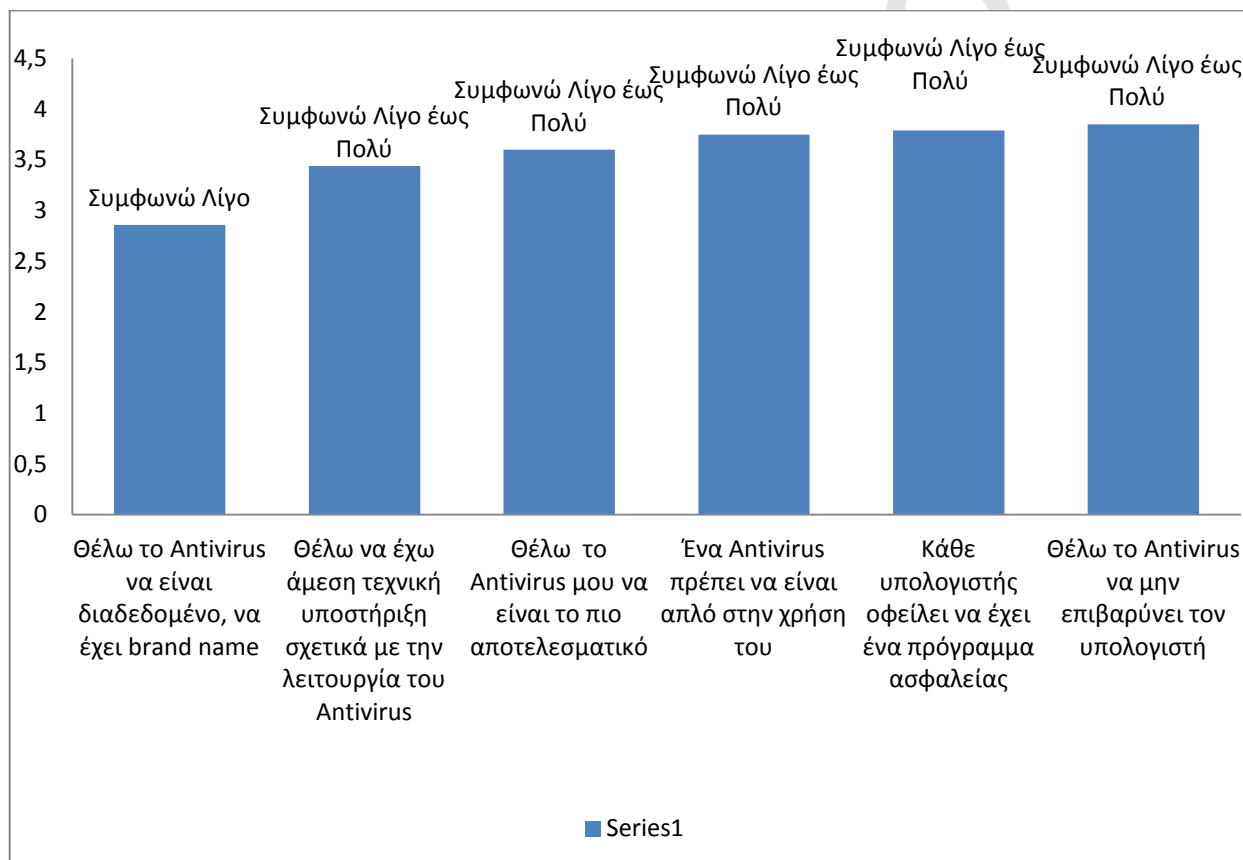


Διάγραμμα 40: Δωρεάν Antivirus και επιρροή από Brand Name

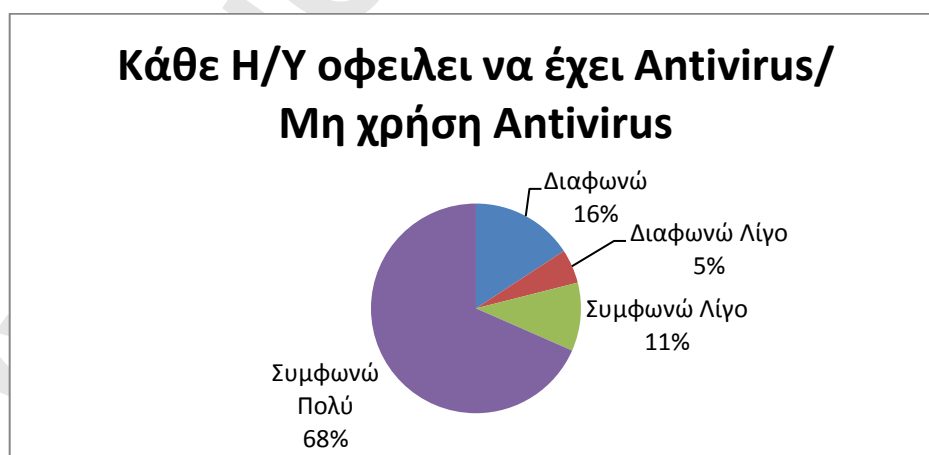
## 2.17 Άποψη προτάσεων

Το δείγμα μας συμφωνεί Πολύ με την άποψη ο υπολογιστής τους να μην επιβαρύνεται από την χρήση του Antivirus και συμφωνεί Λίγο ως Πολύ ότι κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα πρόγραμμα ασφαλείας. (Διάγραμμα 41)

Ακόμη και τα άτομα τα οποία δεν έχουν κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας στον υπολογιστή τους συμφωνούν Λίγο με την άποψη ότι κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα Antivirus και δεν διαφωνούν με αυτήν την πρόταση. (Διάγραμμα 42)

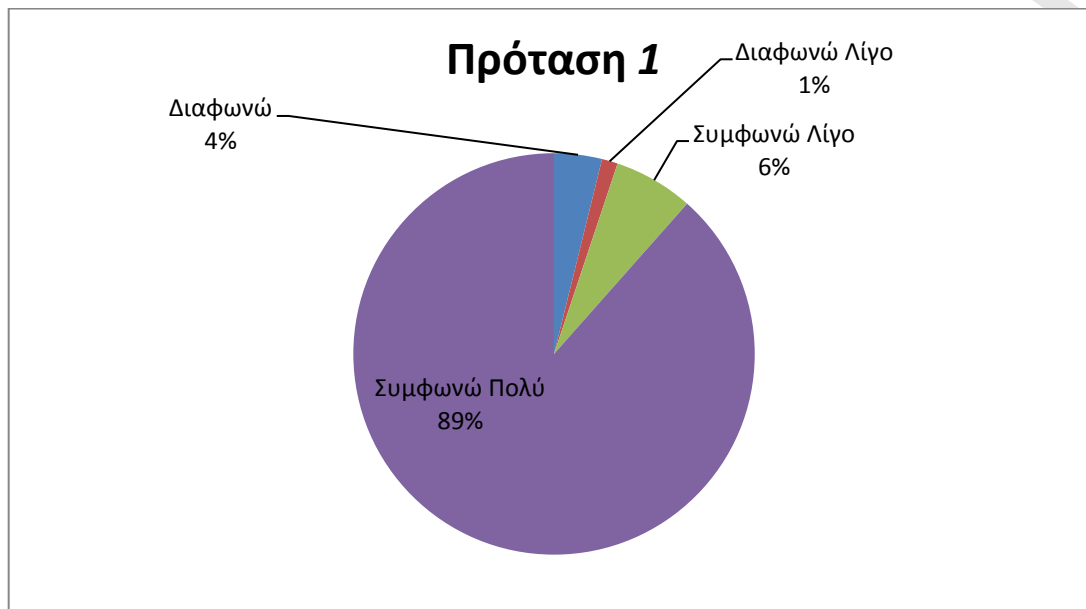


Διάγραμμα 41: Απόψεις Προτάσεων



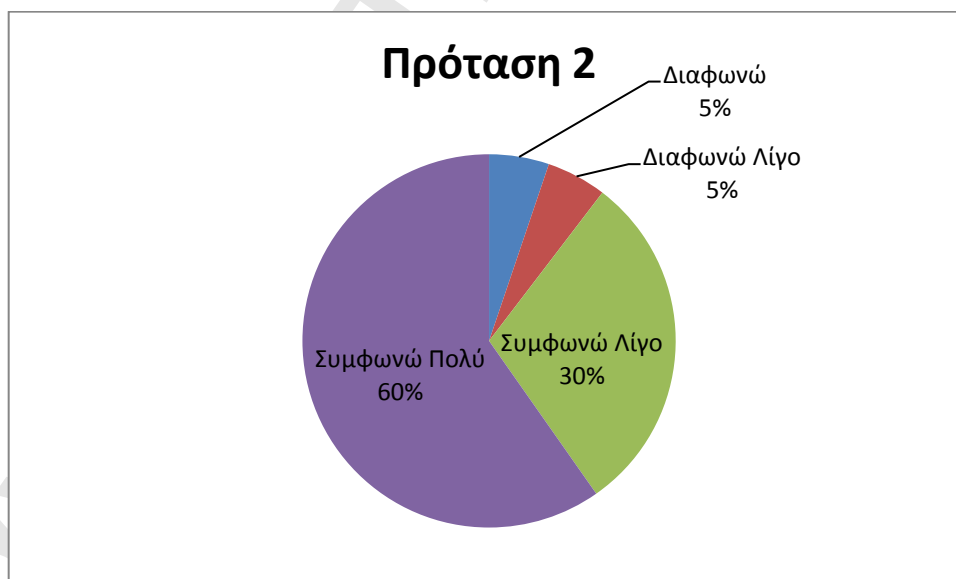
Διάγραμμα 42: Άποψη πρότασης 1 για άτομα που δεν χρησιμοποιούν Antivirus

Με την πρόταση «Κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα πρόγραμμα ασφαλείας» το 89% του δείγματος συμφωνεί πολύ. Ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει και ένα 5% το οποίο διαφωνεί με την πρόταση και ως είναι άτομα τα οποία δεν χρησιμοποιούν Antivirus στον υπολογιστή τους. (Διάγραμμα 43)



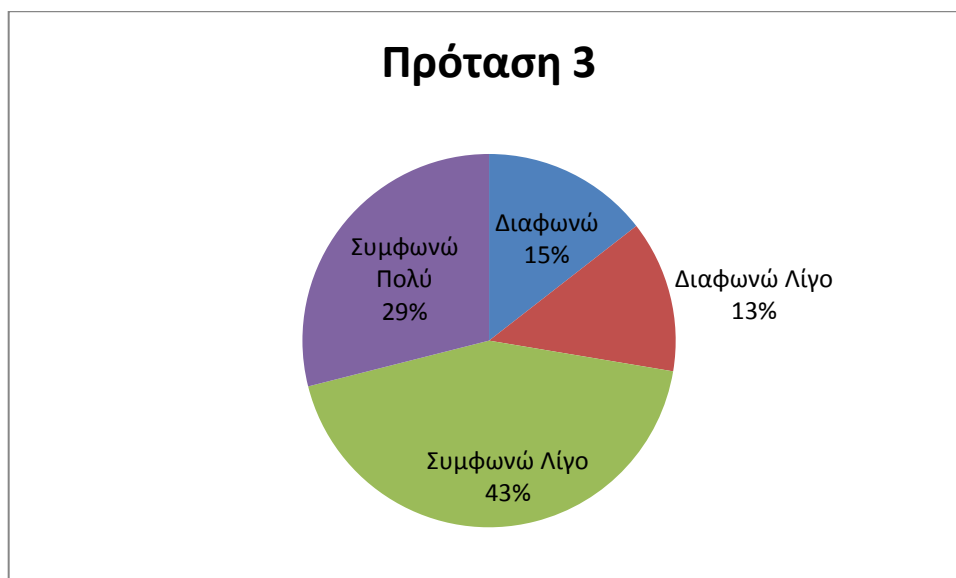
Διάγραμμα 43: Πρόταση 1

Με την πρόταση «Θέλω να έχω άμεση τεχνική υποστήριξη σχετικά με την λειτουργία του Antivirus» το 60% του δείγματος συμφωνεί πολύ και ένα 30% συμφωνεί λίγο. Τα άτομα αυτά είναι και τα μόνο τα οποία έχουν επικοινωνήσει με το τεχνικό τμήμα της επιχείρησης του Antivirus για οποιοδήποτε λόγο ή πρόβλημα. (Διάγραμμα 44)



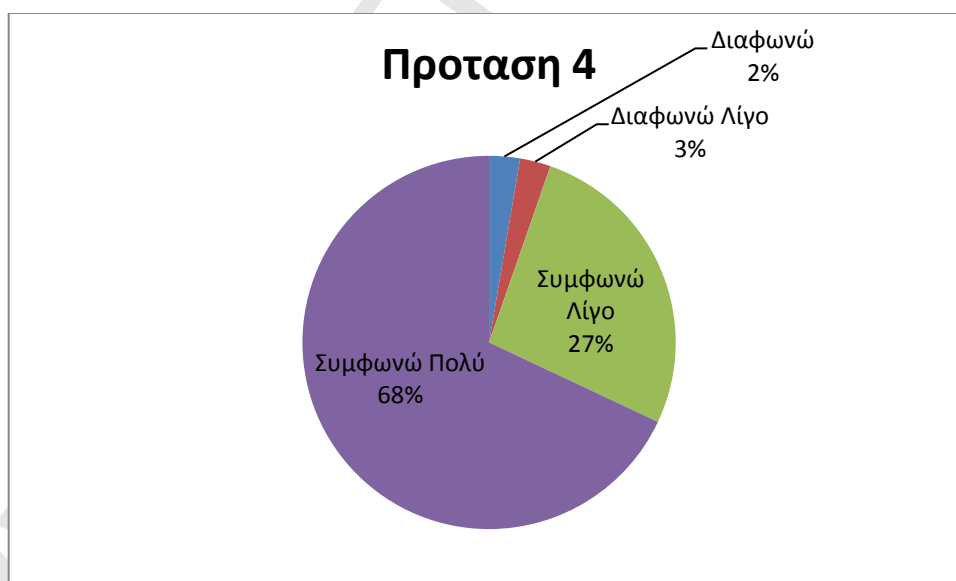
Διάγραμμα 44: Πρόταση 2

Η πρόταση «Θέλω το Antivirus να είναι διαδεδομένο, να έχει brand name» έχει μικρότερα ποσοστά τα οποία συμφωνούν σε σχέση με τις υπόλοιπες ερωτήσεις και έχει και αυξημένα ποσοστά που φτάνουν το 28% τα οποία διαφωνούν. Βλέπουμε δηλαδή ότι το Brand Name έχει μια μέτρια επιρροή για την αγορά του Antivirus και το δείγμα συμφωνεί λίγο με το αναγνωρισμένο Brand Name. (Διάγραμμα 45)



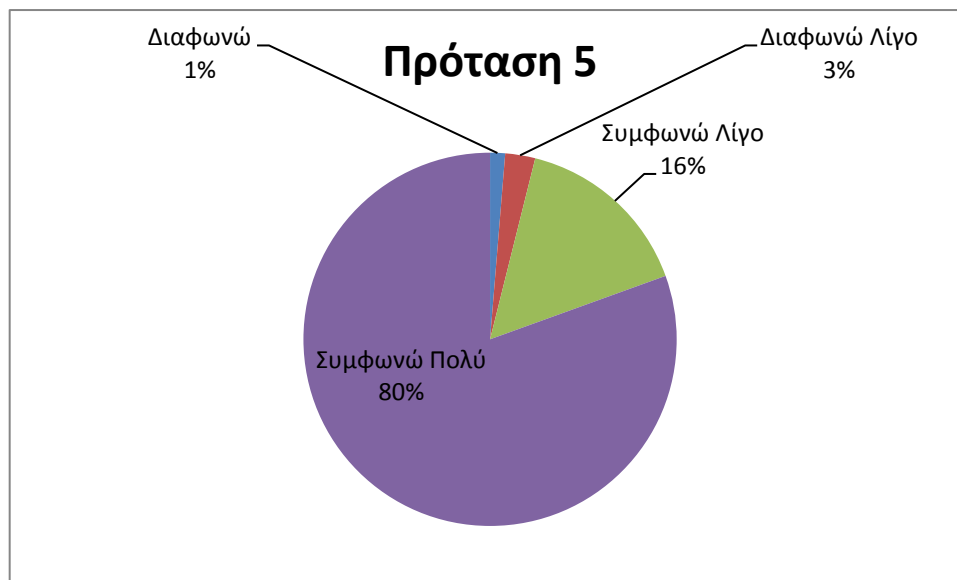
Διάγραμμα 45: Πρόταση 3

«Θέλω το Antivirus μου να είναι το πιο αποτελεσματικό» είναι μια πρόταση η οποία βρίσκει το 68% του δείγματος να συμφωνεί πολύ και ένα υπόλοιπο 27% να συμφωνεί λίγο. Υπάρχει και ένα ποσοστό 5% το οποίο διαφωνεί και προτιμάει άλλα χαρακτηριστικά για το Antivirus του. (Διάγραμμα 46)



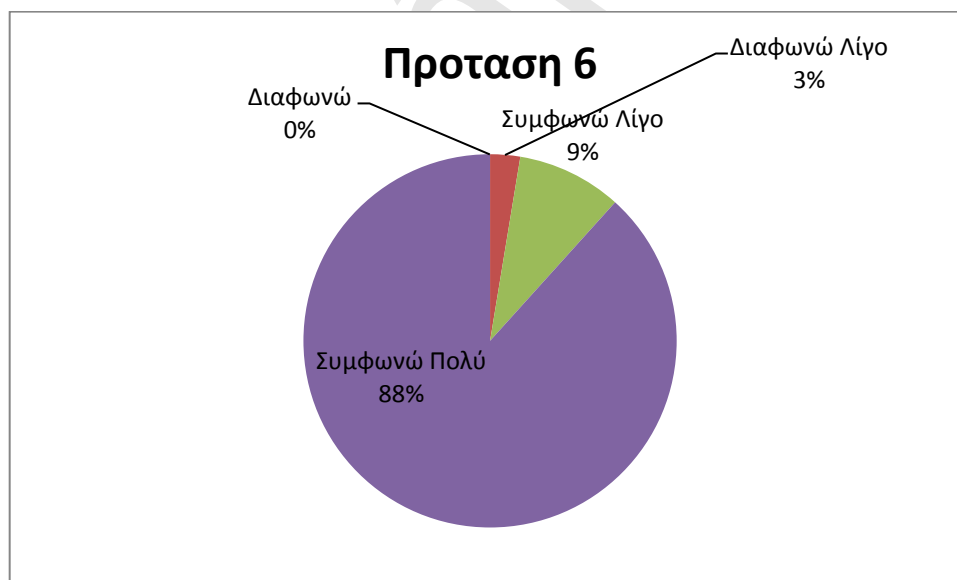
Διάγραμμα 46: Πρόταση 4

«Ένα Antivirus πρέπει να είναι απλό στην χρήση του». Η απλότητα στην χρήση του προγράμματος είναι πολύ σημαντική καθώς ένα ποσοστό 80% συμφωνεί πολύ με αυτό. Τα άτομα τα οποία ανήκουν στην κατηγορία του Συμφωνώ έχουν δηλώσει ότι νιώθουν Πολύ οικειότητα με την χρήση του Η/Υ. (Διάγραμμα 47)



Διάγραμμα 47: Πρόταση 5

«Θέλω το Antivirus να μην επιβαρύνει τον υπολογιστή». Βλέπουμε τους χρήστες του δείγματος να δηλώνουν ότι ένα ελαφρύ Antivirus είναι κάτι το οποίο θεωρούν πολύ σημαντικό και ένα πολύ μικρό ποσοστό 3% διαφωνεί με αυτή την άποψη. (Διάγραμμα 48)



Διάγραμμα 48: Πρόταση 6

## 2.18 Συχνότητα έλεγχου εφαρμογής Antivirus

Το 40% του δείγματος δηλώνει ότι ελέγχει την εφαρμογή του προγράμματος ασφαλείας σπάνια και ένα μικρότερο ποσοστό 29% ελέγχει την εφαρμογή μία φορά τον μήνα. Βλέπουμε μια γενική τάση να μην τους απασχολεί έντονα η λειτουργία του προγράμματος με μία μέση τιμή για τον έλεγχο μία φορά τον μήνα. (Διαγράμματα 49 και 50)



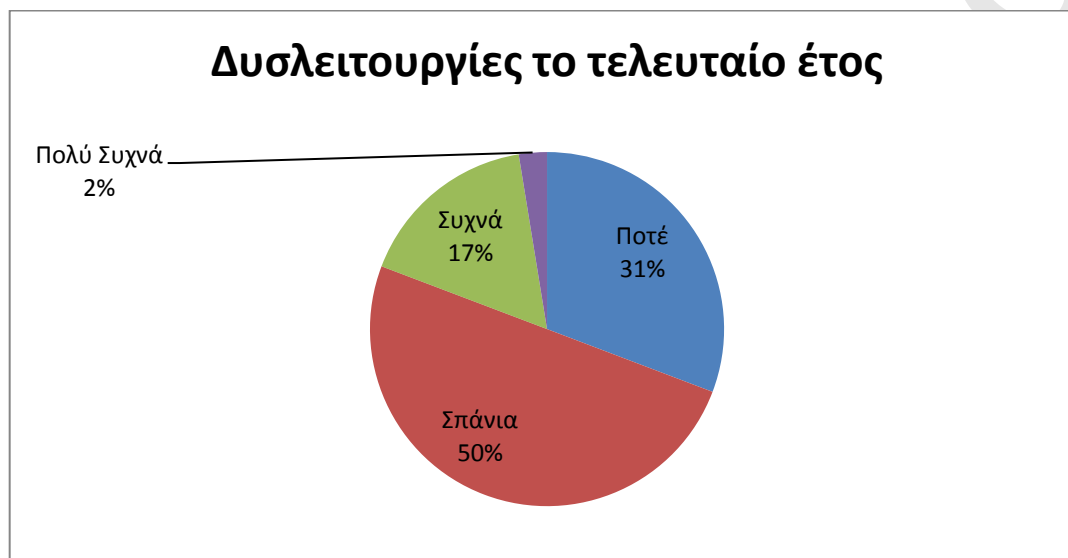
Διάγραμμα 49: Έλεγχος εφαρμογής



Διάγραμμα 50: Έλεγχος εφαρμογής σε ποσοστά

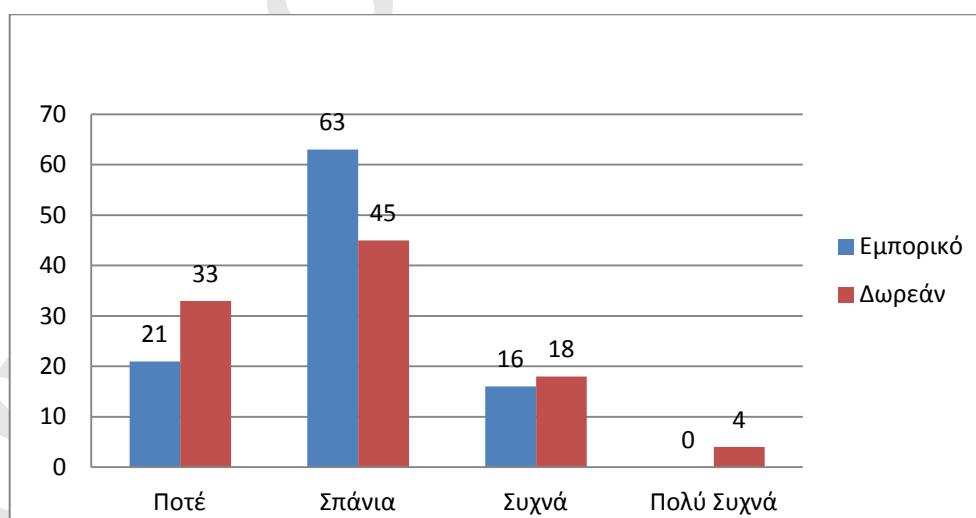
## 2.19 Δυσλειτουργίες υπολογιστή από κακόβουλο λογισμικό

Οι δυσλειτουργίες που αντιμετώπισαν τον τελευταίο χρόνο εξαιτίας ενός ιού στον υπολογιστή τους παρουσιάζονται να είναι σπάνιες σε ένα ποσοστό 50% ενώ ένα ποσοστό 31% δηλώνει ότι τον τελευταίο χρόνο δεν είχε κανένα πρόβλημα με ιό. Ένα μικρό ποσοστό 2% δηλώνει ότι αντιμετώπισε το τελευταίο χρόνο Πολύ Συχνά προβλήματα με ιούς. (Διάγραμμα 51)



Διάγραμμα 51: Δυσλειτουργίες τον τελευταίο χρόνο

Αξίζει να δούμε τις δυσλειτουργίες του δείγματος ανάμεσα στα άτομα που χρησιμοποιούν ένα δωρεάν πρόγραμμα και σε εκείνους που χρησιμοποιούν ένα εμπορικό. Παρατηρούμε ότι όσοι έχουν ένα εμπορικό πρόγραμμα δηλώνουν σε μεγαλύτερο ποσοστό 63% να αντιμετώπισαν κάποια δυσλειτουργία σε αντίθεση με τα άτομα που έχουν ένα δωρεάν πρόγραμμα που το ποσοστό σπάνιου προβλήματος είναι χαμηλότερο, 45%. Η χρήση εμπορικού Antivirus έχει ως αποτέλεσμα σε ένα ποσοστό 33% να μην είχαν ποτέ πρόβλημα με ιό τον τελευταίο χρόνο ενώ το ποσοστό αυτό είναι στο 21% για εκείνους που χρησιμοποιούν ένα δωρεάν πρόγραμμα. (Διάγραμμα 52)

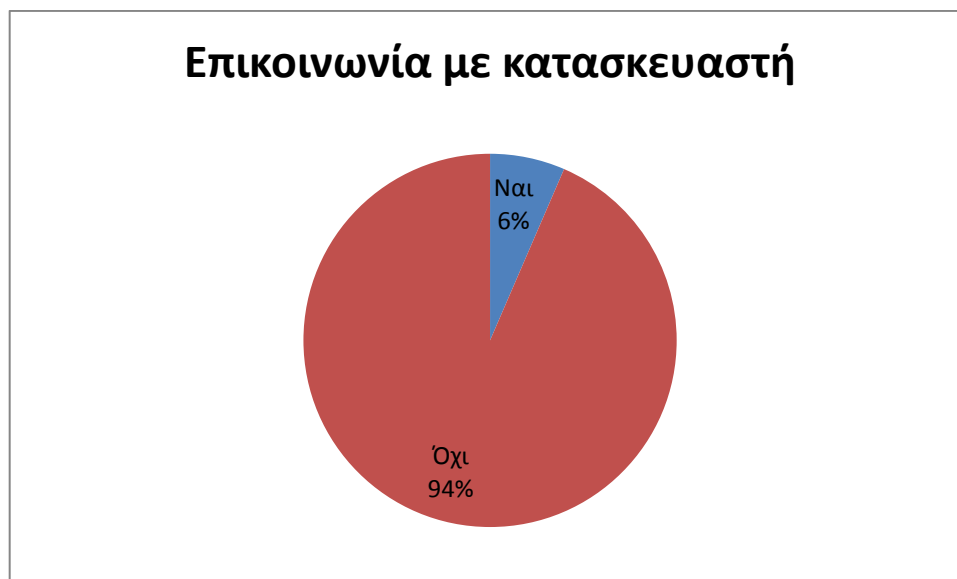


Διάγραμμα 52: Δυσλειτουργίες ανάμεσα σε χρήστες εμπορικού και δωρεάν Antivirus



## 2.20 Επικοινωνία με την εταιρία διανομής του Antivirus

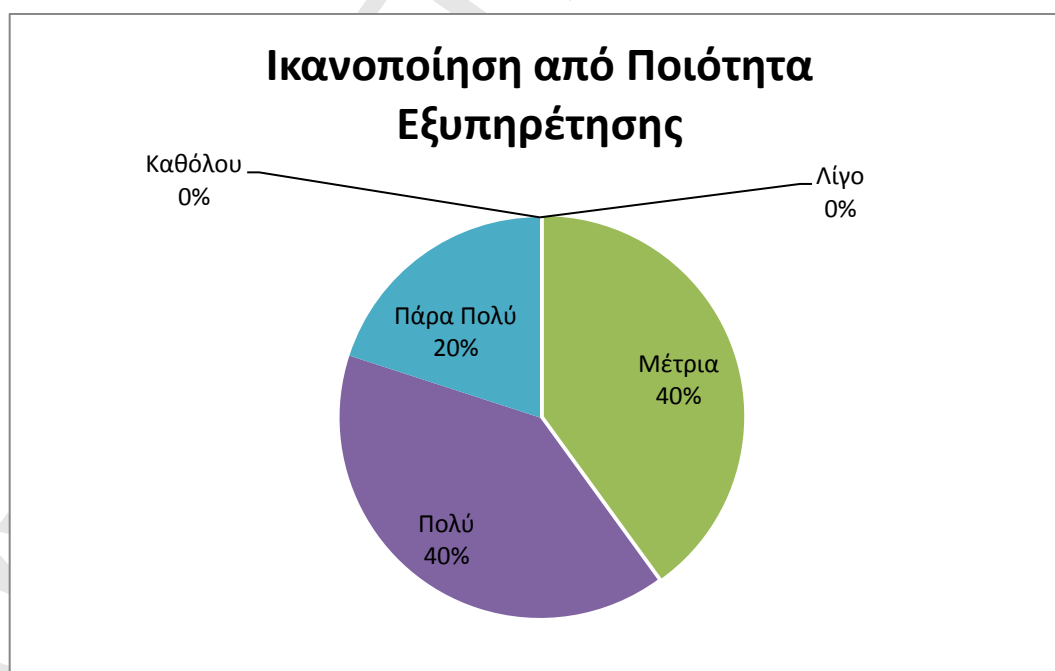
Το ποσοστό των ατόμων που είχαν κάποια τηλεφωνική επικοινωνία με την εταιρία Antivirus που χρησιμοποιούν είναι αρκετά μικρό στο 6% του δείγματος. (Διάγραμμα 53)



Διάγραμμα 53: Επικοινωνία με τεχνικό τμήμα κατασκευαστή

## 2.21 Βαθμός ικανοποίησης για την επικοινωνία με την εταιρία που διανέμει το Antivirus

Από το 6% των ατόμων που επικοινωνήσαν με την εταιρία Antivirus, σχετικά με την ικανοποίηση για την ποιότητα εξυπηρέτησης, δεν μπορούμε να βγάλουμε συμπεράσματα λόγω μικρού μεγέθους δείγματος. (Διάγραμμα 54)

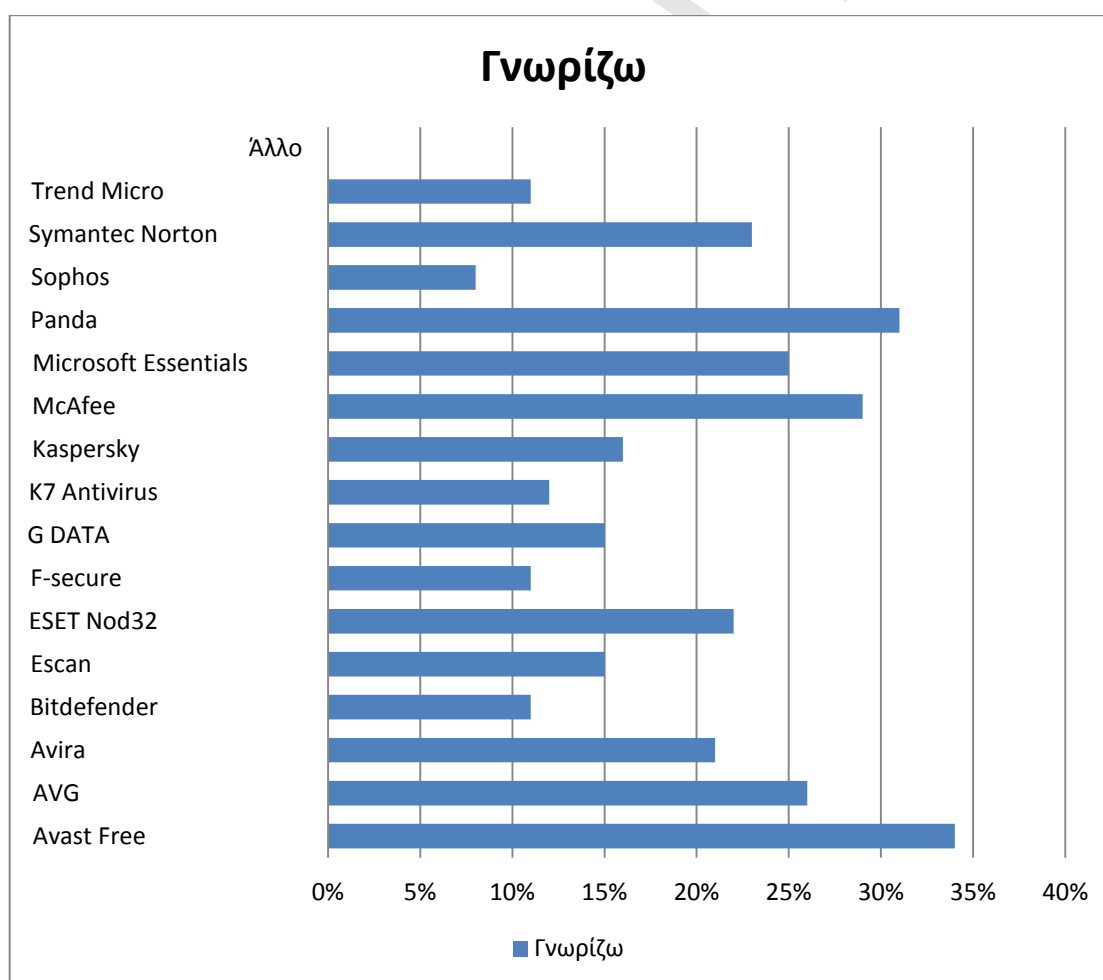


Διάγραμμα 54: Ικανοποίηση από Ποιότητα εξυπηρέτησης

## 2.22 Προτιμήσεις σε αντιβιοτικά προγράμματα

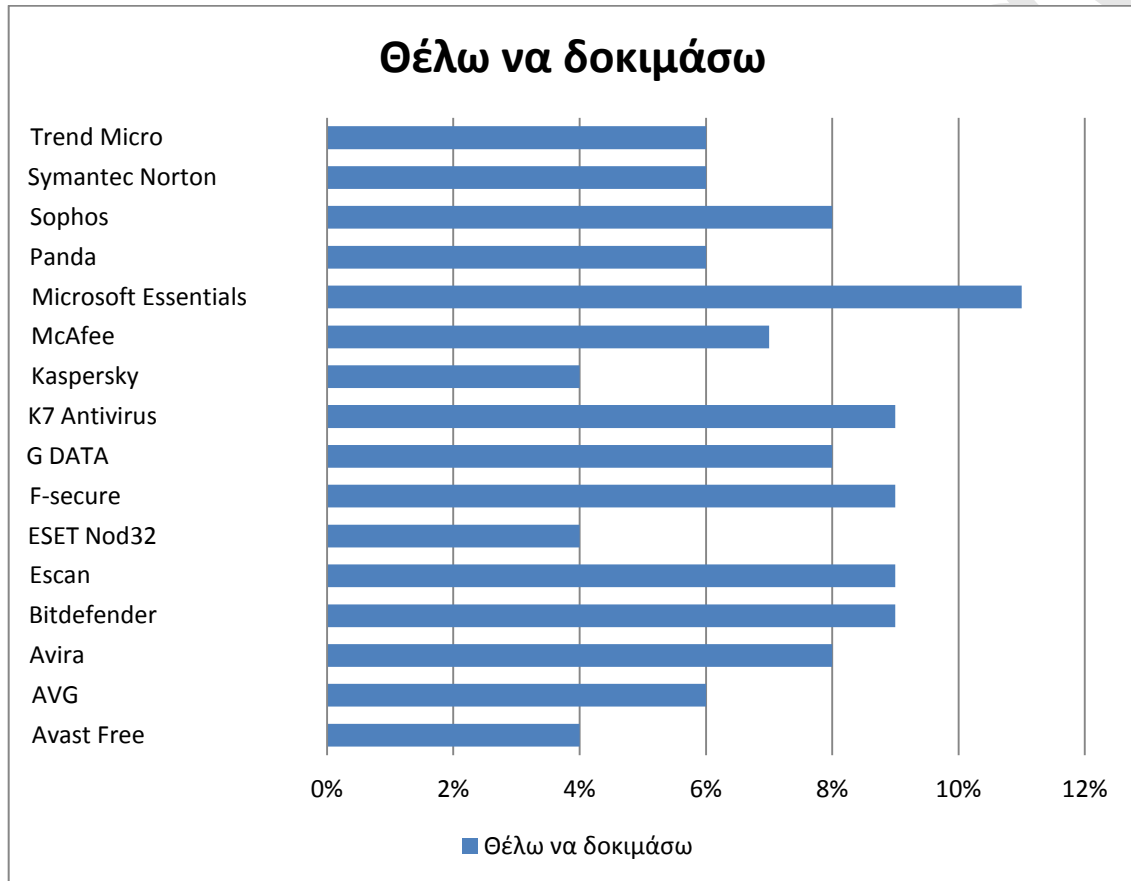
Στην προσπάθεια να δούμε ποιες είναι οι προτιμήσεις του δείγματος για τα Antivirus που Γνωρίζουν, Θέλουν να δοκιμάσουν, Έχουν δοκιμάσει και Χρησιμοποιούν μπορούμε να δούμε ότι το Avast είναι το πρόγραμμα ασφαλείας με την μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα με ποσοστό 34%. Αξίζει να σημειωθεί ότι το πρόγραμμα αυτό παρέχεται δωρεάν στους χρήστες και όπως παρουσιάστηκε παραπάνω το 57 % χρησιμοποιεί δωρεάν Antivirus. Δεύτερο σε αναγνωσιμότητα έρχεται ένα εμπορικό προϊόν το Panda Antivirus με ποσοστό 31%. Στην συνέχεια ακολουθούν το McAfee με ποσοστό 29%, AVG με 26% Microsoft Essential με 25% και Symantec Norton με ποσοστό 23%. (Διάγραμμα 55)

Στις πρώτες πέντε θέσεις για την αναγνωσιμότητα εμφανίζονται τρία προγράμματα ασφαλείας τα οποία παρέχονται δωρεάν στους χρήστες τους Avast, AVG και Microsoft Essential.



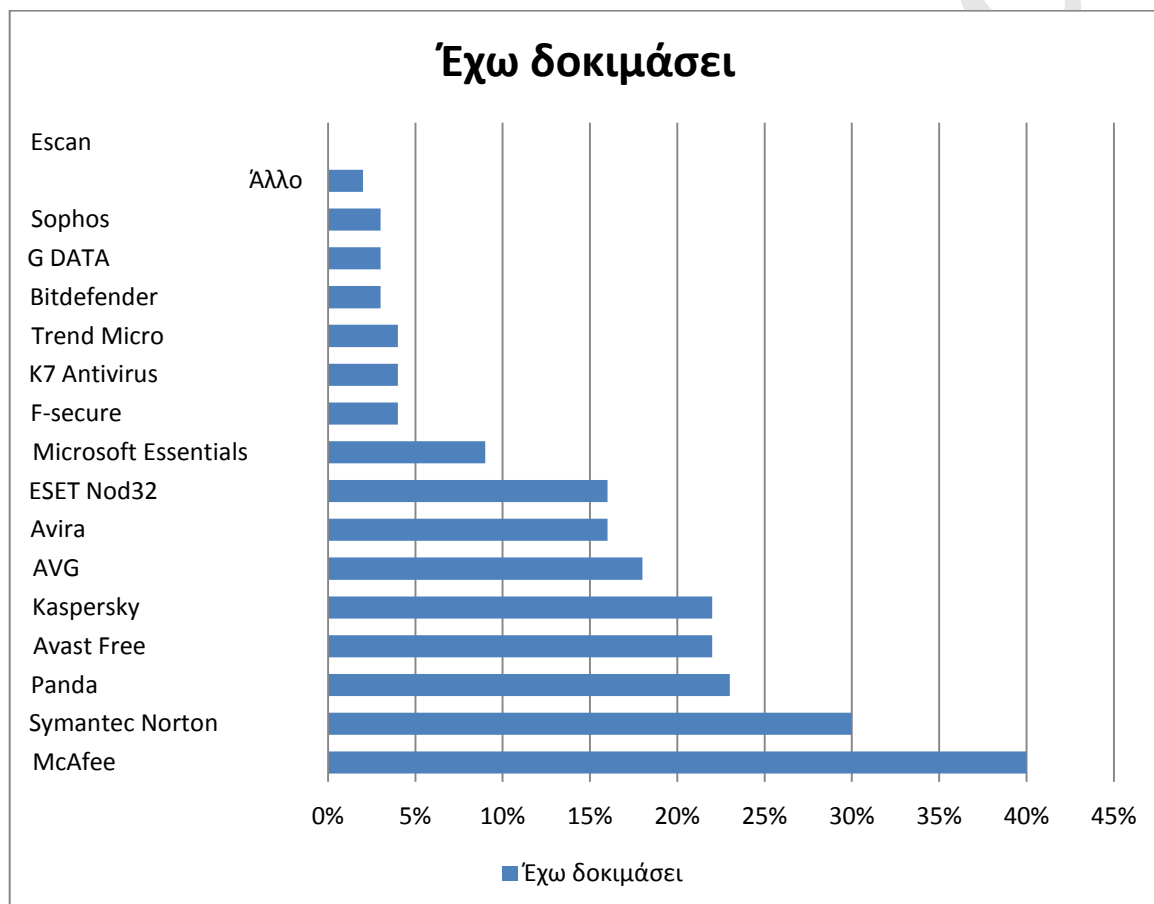
Διάγραμμα 55: Antivirus που το δείγμα γνωρίζει

Στην πρόθεση να δοκιμάσουν ένα πρόγραμμα Antivirus το δωρεάν πρόγραμμα Microsoft Essentials έρχεται πρώτο στην προτίμηση με ποσοστό 11%, ένα δωρεάν πρόγραμμα ασφαλείας το οποίο έχει μικρή χρονική παρουσία στην αγορά, έχει όμως το όνομα ορόσημο της Microsoft. Ακολουθούν το Bitdefender, Escan, F-Secure, K7 Antivirus με ποσοστά 9% το καθένα. (Διάγραμμα 56)



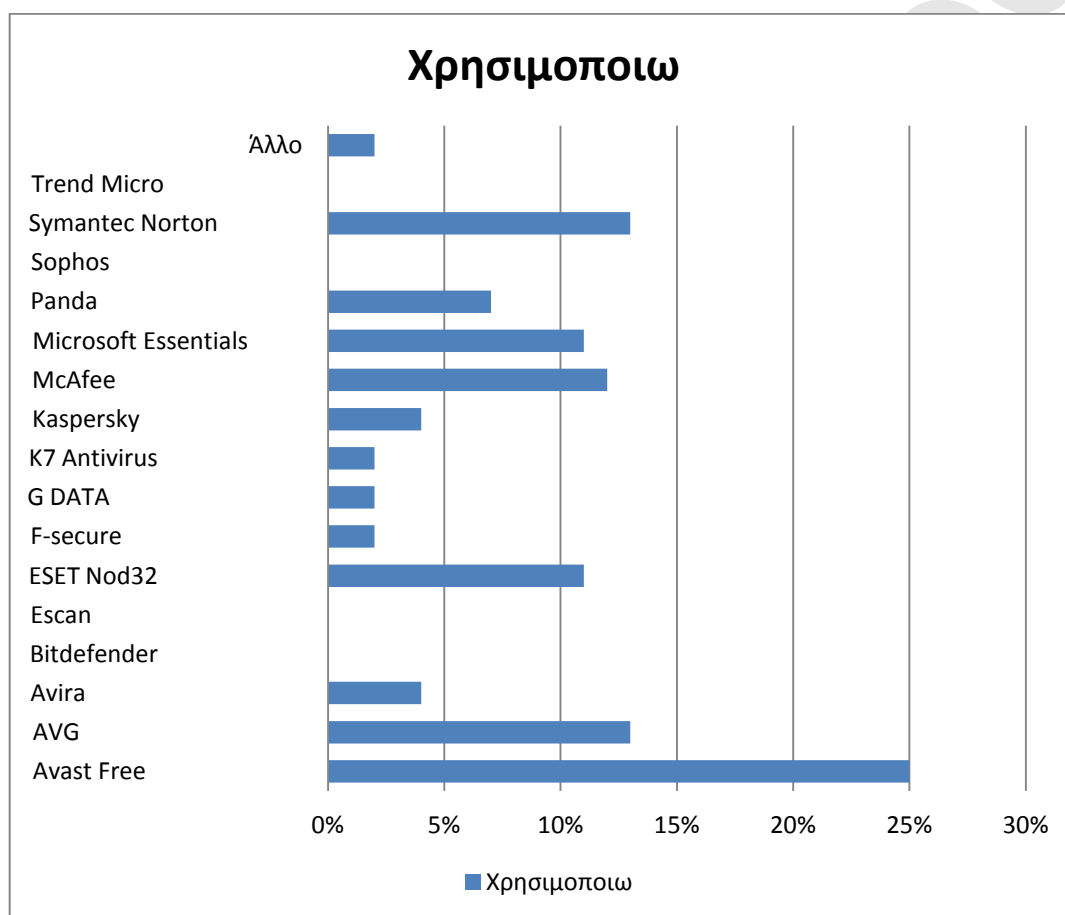
Διάγραμμα 56: Antivirus που το δείγμα θέλει να δοκιμάσει

Ένα μεγάλο ποσοστό 40% δηλώνει ότι έχει δοκιμάσει το Antivirus της McAfee και δεύτερο με ποσοστό 30% έρχεται το Symantec Norton, ακολουθεί το Panda με ποσοστό 23%, Avast Free 22% και Kaspersky με ποσοστό 22%. Και σε αυτήν την κατάταξη η παρουσία ενός δωρεάν προγράμματος είναι μέσα στην πρώτη πεντάδα Antivirus που έχει δοκιμάσει το δείγμα μας. (Διάγραμμα 57)



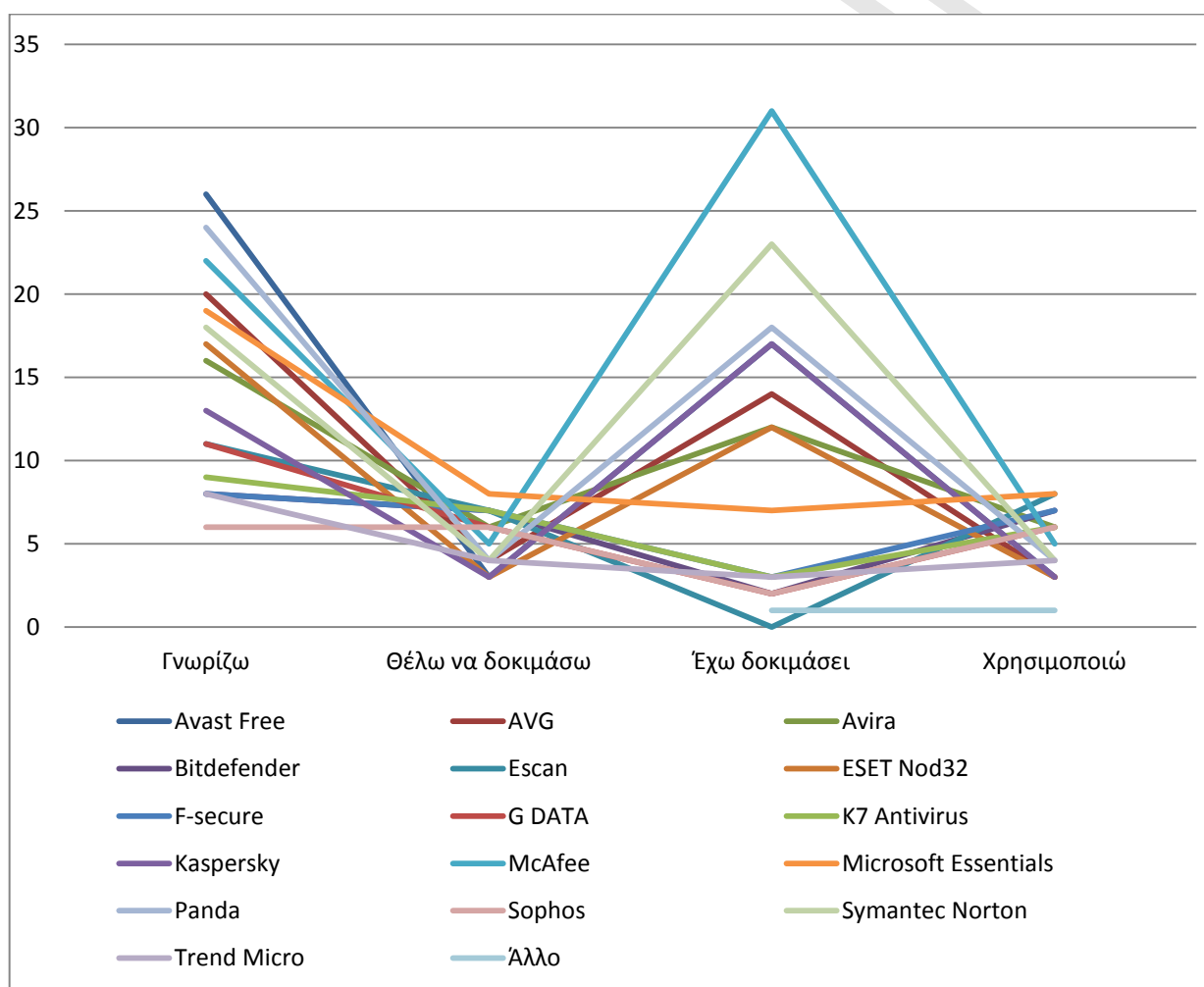
Διάγραμμα 57: Antivirus που το δείγμα έχει δοκιμάσει

Στην χρήση Antivirus στον οικιακό τους υπολογιστή το πρόγραμμα Avast Free έρχεται πρώτο σε προτιμήσεις με ποσοστό 25%, ακολουθούν τα AVG και Symantec Norton με 13%, McAfee με 12% και ESET Nod32 και Microsoft Essential με ποσοστό 11%. Διακρίνουμε ότι και στην χρήση των αντιβιοτικών προγραμμάτων εκείνα που είναι δωρεάν καταλαμβάνουν τρεις από τις πέντε πρώτες θέσεις (Avast, AVG, Microsoft Essential) με συνολικό ποσοστό που αγγίζει το 50% του συνολικού δείγματος. (Διάγραμμα 58)



Διάγραμμα 58: Antivirus που χρησιμοποιεί το δείγμα

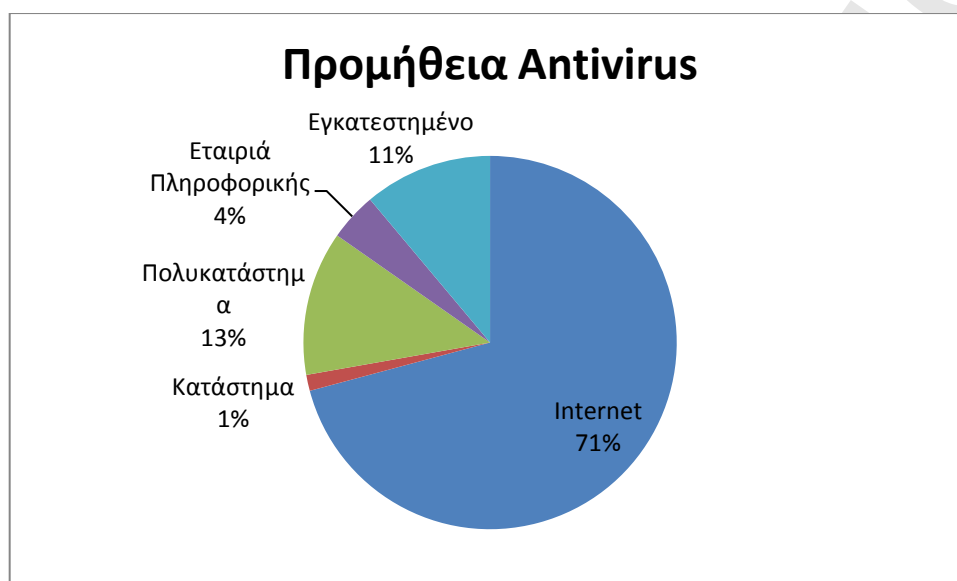
Βλέπουμε ότι τα άτομα του δείγματός μας γνωρίζουν ένα μεγάλο ποσοστό των αντιβιοτικών προγραμμάτων που υπάρχουν στην αγορά, είτε εμπορικά είτε διανέμονται δωρεάν και επιθυμούν να δοκιμάσουν μια μικρή ομάδα από εκείνα τα οποία γνωρίζουν. Έχουν δοκιμάσει ορισμένα προγράμματα σε μεγάλο ποσοστό και τα Antivirus που χρησιμοποιούν ποικίλουν. Το Microsoft Essential παρουσιάζει μια ισορροπία μεταξύ των ατόμων που το έχουν δοκιμάσει και αυτό που το χρησιμοποιούν στο οικιακό του περιβάλλον. Στην αντίθετη μεριά το πρόγραμμα McAfee ενώ το έχει δοκιμάσει ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος το ποσοστό που το χρησιμοποιεί είναι αρκετά χαμηλό. (Διάγραμμα 59)



Διάγραμμα 59: Σχέση μεταξύ Γνωρίζω, Θέλω να δοκιμάσω, Έχω δοκιμάσει και Χρησιμοποιώ

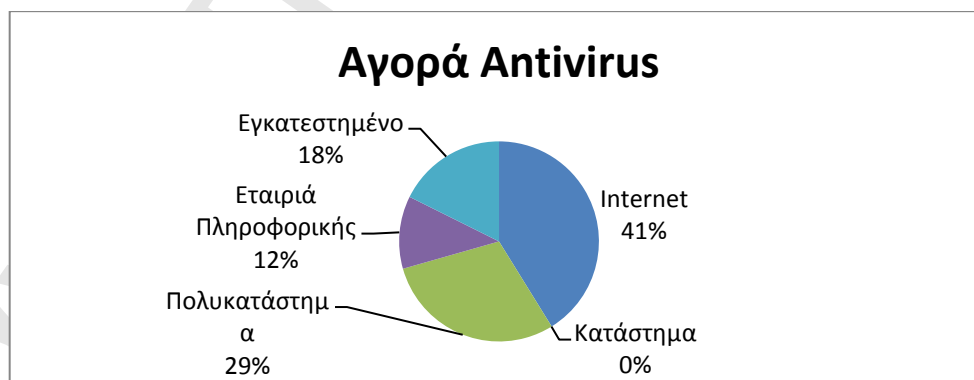
## 2.23 Πηγές προμήθειας αντιβιοτικού προγράμματος

Η προμήθεια των προγραμμάτων έχει γίνει σε ένα ποσοστό 71% από το διαδίκτυο, άρα μπορούμε να δούμε ότι η διείσδυση για την αγορά από το διαδίκτυο για τα Antivirus είναι σε υψηλά ποσοστά. Το αυξημένο αυτό ποσοστό οφείλεται εν μέρει και στην επιλογή του δείγματος να προμηθεύεται δωρεάν λογισμικό, το οποίο είναι διαθέσιμο μόνο στο διαδίκτυο. Ένα ποσοστό 11% ήταν εγκατεστημένο στον υπολογιστή με την αρχική αγορά του. Τα Πολυκατάστημα έχουν ένα 13% της αγοράς και υπερτερούν των μικρών καταστημάτων και εταιριών πληροφορικής που ακολουθούν με 1% και 4% αντίστοιχα. (Διάγραμμα 60)



Διάγραμμα 60: Πηγές προμήθειας του προϊόντος

Αν κοιτάξουμε στο δείγμα μας να βρούμε από πού προμηθεύτηκαν το εμπορικό Antivirus που χρησιμοποιεί το δείγμα μας, θα δούμε ότι το 41% το αγόρασε από το διαδίκτυο, το 29% από πολυκατάστημα ηλεκτρικών/ηλεκτρονικών ειδών, 18% ήταν εγκατεστημένο στον υπολογιστή τους όταν το αγόρασαν και ένα 12% από εταιρία πληροφορικής η οποία προσφέρει την τεχνική υποστήριξη στον χρήστη. Και στην αγορά του προγράμματος ασφαλείας το διαδίκτυο καταλαμβάνει την κυρίαρχη θέση. (Διάγραμμα 61)

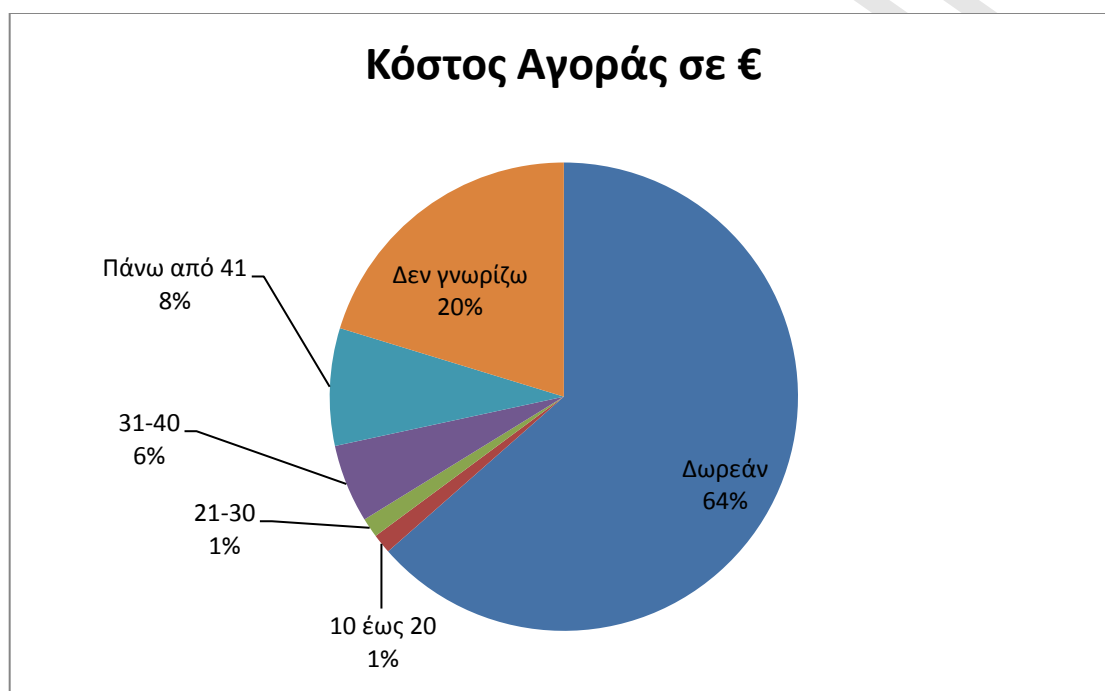


Διάγραμμα 61: Αγορά Antivirus

## 2.24 Κόστος αγοράς προϊόντος

Σχετικά με το κόστος της αγοράς πάλι εμφανίζετε ένα ποσοστό 64% να έχει προμηθευτεί το προϊόν δωρεάν ενώ το 20% του δείγματος δεν γνωρίζει πόσο κόστισε το Antivirus του. Ένα 6% κοστολόγησε την αγορά από 31€ έως 40€ και ένα 8% πάνω από 41€ ανά υπολογιστή. (Διάγραμμα 62)

Παίρνοντας υπόψη το μέρος του δείγματος το οποίο γνωρίζει το κόστος του Antivirus που χρησιμοποιεί τότε η μέση τιμή του προϊόντος ανέρχεται στα 40€, η οποία τιμή είναι και η μέση τιμή στα καταστήματα για το Antivirus για οικιακή χρήση.

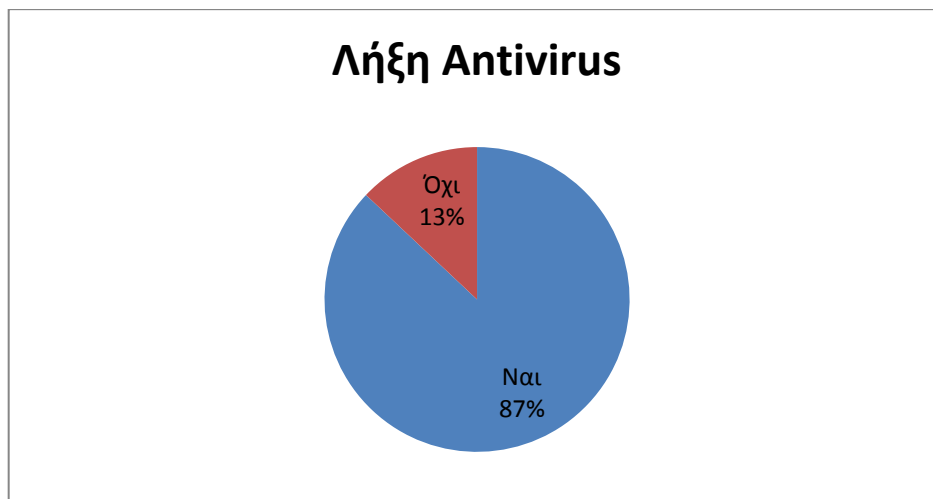


Διάγραμμα 62: Κόστος Αγοράς



## 2.25 Ημερομηνία λήξης άδειας Antivirus

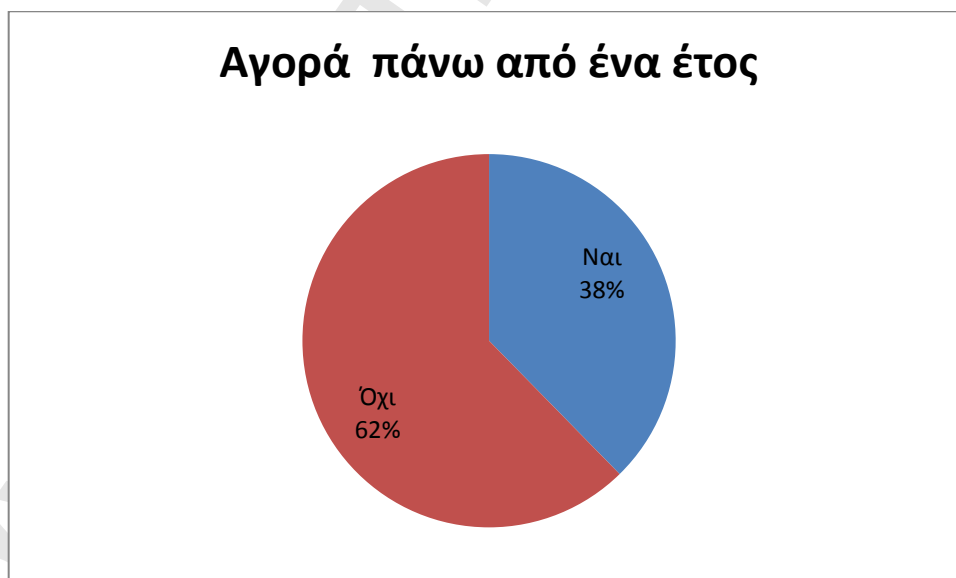
Θέλοντας να μάθουμε κατά πόσο το δείγμα μας γνωρίζει ότι τα εμπορικά προγράμματα ασφαλείας έχουν ημερομηνία λήξης και χρειάζονται ανανέωση, συνήθως κάθε χρόνο, το 87% απάντησε Ναι και μόνο ένα 13% αγνοούσε αυτή την πληροφορία. (Διάγραμμα 63)



Διάγραμμα 63: Λήξη Antivirus

## 2.26 Αγορά για παραπάνω από ένα έτος

Στην συνέχεια θελήσαμε να μάθουμε αν θα προχωρούσαν σε αγορά του προϊόντος για παραπάνω από ένα έτος. Εκεί το 38% απάντησε θετικά και το 62% αρνητικά. (Διάγραμμα 64)

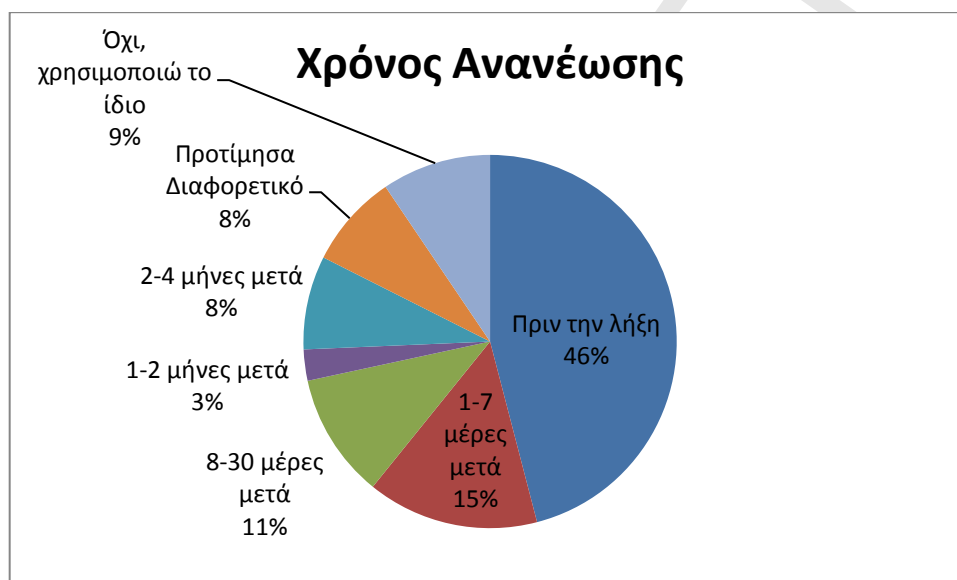


Διάγραμμα 64: Αγορά για περισσότερα από ένα έτος

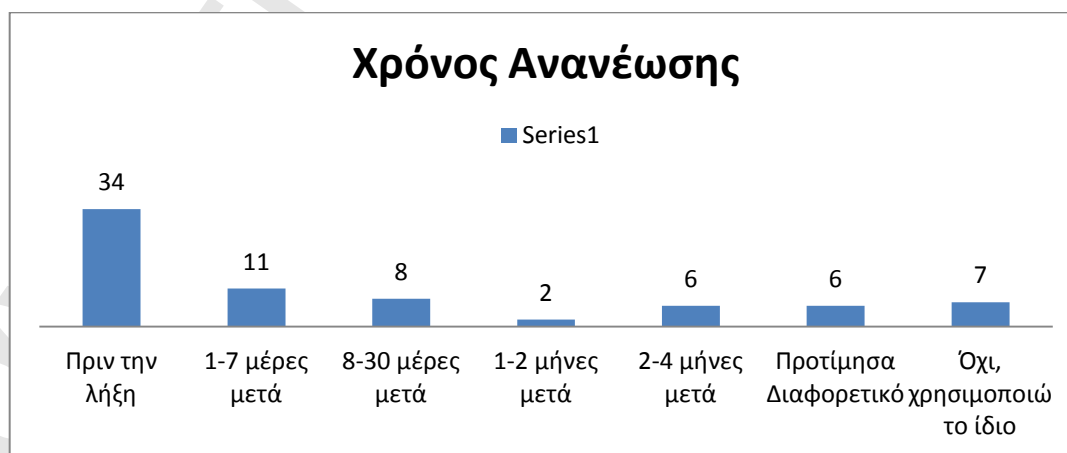
## 2.27 Ανανέωση Antivirus

Σημαντικός παράγοντας για την ασφάλεια των υπολογιστών είναι και η ανανέωση του Antivirus στο χρονικό διάστημα που επιτρέπει ο κατασκευαστής, καθώς πέραν αυτού του διαστήματος τον πρόγραμμα δεν ενημερώνεται για νέους ιούς που μπορεί να υπάρχουν στο διαδίκτυο και δεν μπορεί να προσφέρει την μέγιστη προστασία στον χρήστη.

Το 46% δηλώνει ότι ανανεώνει το πρόγραμμα πριν την ημερομηνία λήξης του και ένα 15% έως μια εβδομάδα μετά την λήξη του. Μέσα στον επόμενο μήνα μετά την λήξη έχει ανανεώσει το 3% και στους επόμενους δύο με τέσσερις μήνες το 8%. Ένα άλλο 8% προτίμησε διαφορετικό Antivirus από εκείνο που χρησιμοποιούσε και το 9% του χρησιμοποιεί το ίδιο χωρίς το προϊόν να είναι πλήρως ενημερωμένο για νέες απειλές στο διαδίκτυο. Μία μέση τιμή για όσους πραγματοποιούν ανανέωση του προϊόντος μετά την λήξη τους είναι οι 27 ημέρες μετά. (Διαγράμματα 65 και 66)



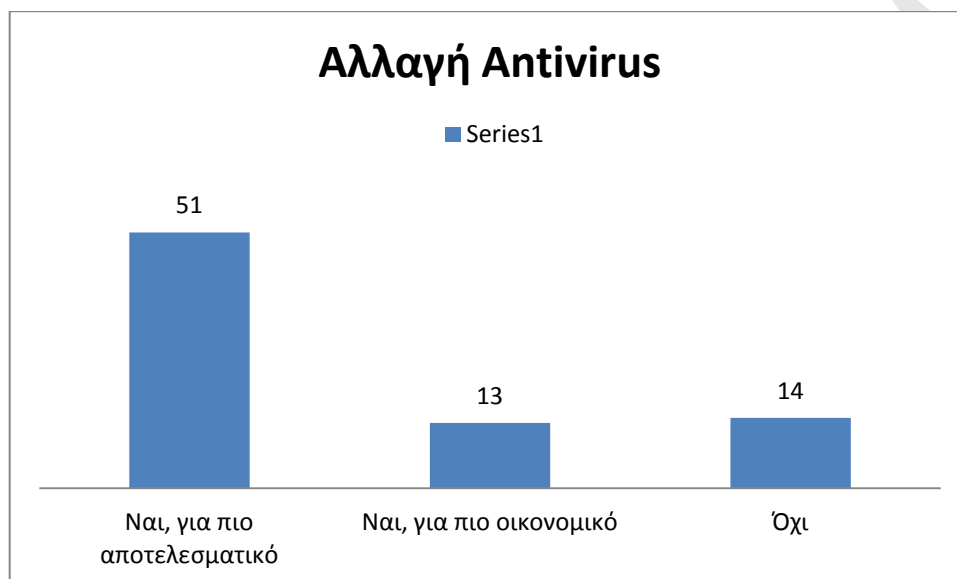
Διάγραμμα 65: Χρόνος Ανανέωσης σε ποσοστά



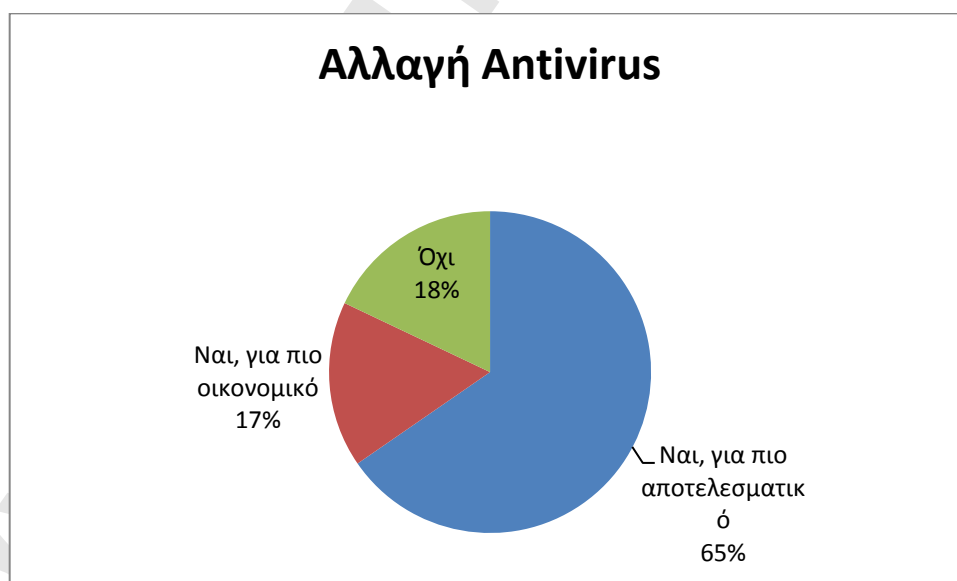
Διάγραμμα 66: Χρονική Διάρκεια ανανέωσης

## 2.28 Αλλαγή προγράμματος πριν την λήξη του

Ένα 65% των ατόμων που χρησιμοποιούν Antivirus δηλώνει ότι θα το άλλαξε με κάποιο άλλο πριν την λήξη του αν δεν ήταν αποτελεσματικό στην λειτουργία του. Ένα υπόλοιπο 17% θα προτιμούσε να εγκαταστήσει κάποιο άλλο το οποίο θα ήταν πιο οικονομικό από το δικό του και το 18% δεν τα το άλλαζε για κανέναν από τους παραπάνω λόγους πριν την λήξη του. (Διαγράμματα 67 και 68)



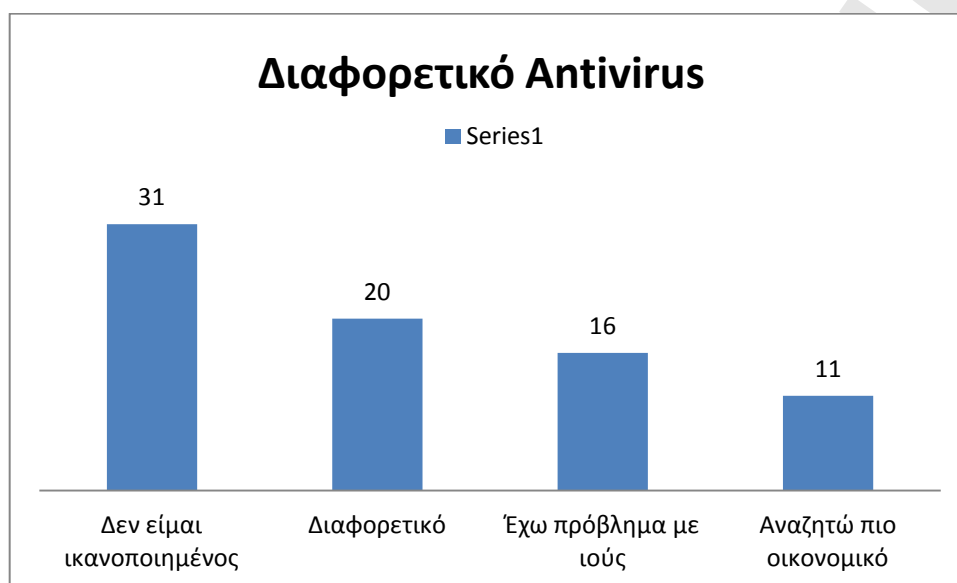
Διάγραμμα 67: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus πριν την λήξη του



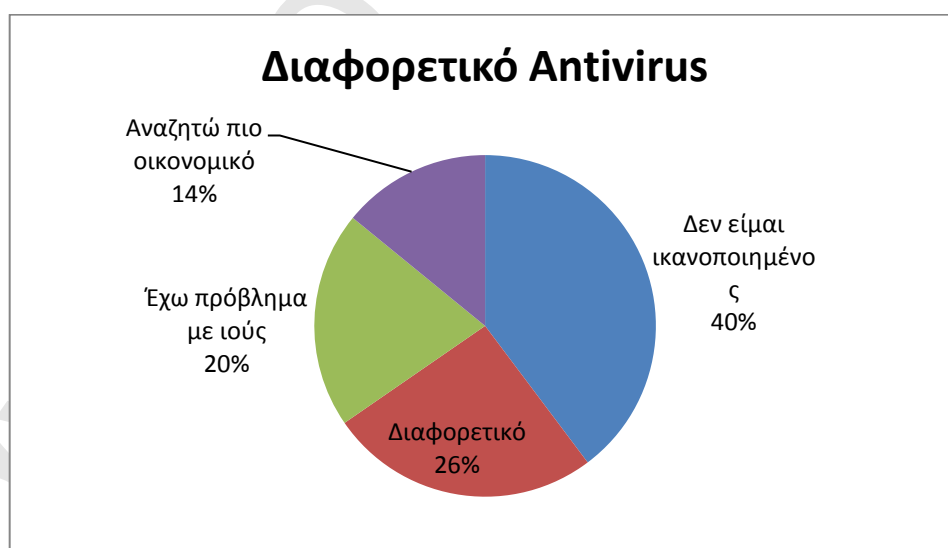
Διάγραμμα 68: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus πριν την λήξη του σε ποσοστά

## 2.29 Λόγοι επιλογής διαφορετικού προγράμματος στην επόμενη αγορά

Θέλοντας να μάθουμε για ποιόν λόγο στην επόμενη αγορά ένας χρήστης θα επέλεγε να μην ανανεώσει το προϊόν του αλλά να προτιμήσει κάποιο διαφορετικό το 40% δήλωσε ότι θα προχωρούσε σε αυτήν την αλλαγή αν δεν ήταν ικανοποιημένος με αυτό το οποίο χρησιμοποιεί. Ένα 26% γιατί απλά θα ήθελε να δοκιμάσει κάποιο διαφορετικό Antivirus και ένα 20% θα άλλαζε αν αντιμετώπιζε προβλήματα με ιούς με αυτό που χρησιμοποιεί. Μόνο το 14% θα άλλαζε το προϊόν του για να εγκαταστήσει κάποιο πιο οικονομικό. (Διαγράμματα 69 και 70 )



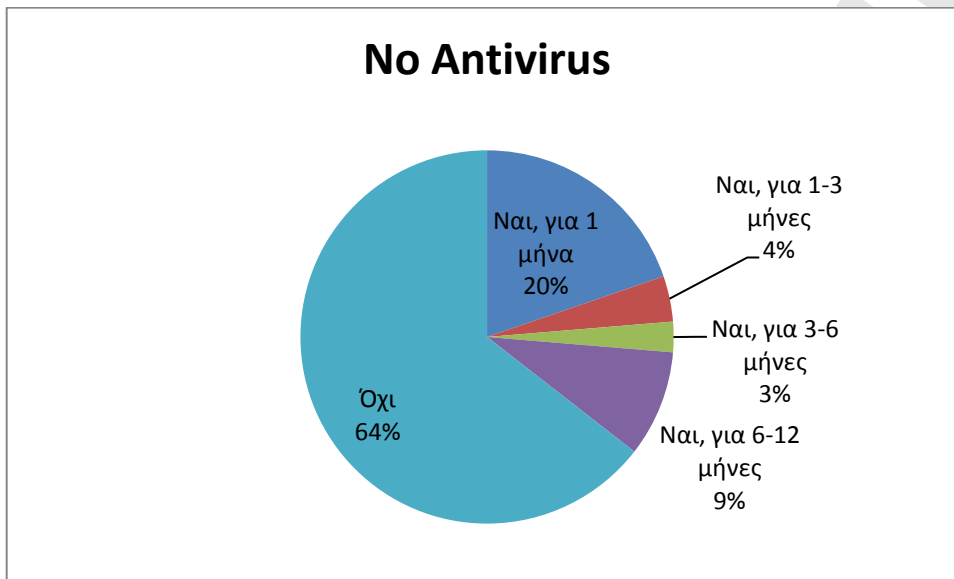
Διάγραμμα 69: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus



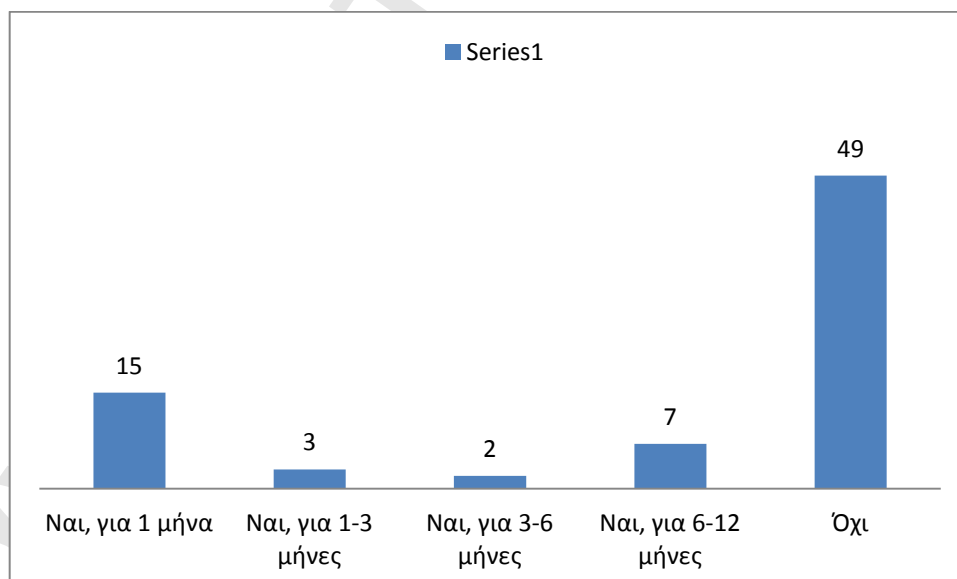
Διάγραμμα 70: Λόγοι επιλογής διαφορετικού Antivirus σε ποσοστά

### 2.30 Διάρκεια χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή χωρίς πρόγραμμα ασφαλείας

Το 64% δηλώνει ότι δεν θα άφηνε τον υπολογιστή του χωρίς προστασία από κάποιο Antivirus (ένα 22% έχει δηλώσει ήδη ότι δεν χρησιμοποιεί ) ενώ το 20% θα άφηνε τον υπολογιστή χωρίς καθόλου προστασία για μέχρι έναν μήνα. Το 4% θα μπορούσε να αφήσει τον υπολογιστή του χωρίς αντιβιοτικό πρόγραμμα από έναν ως τέσσερις μήνες, το 3% για τρεις ως έξι μήνες και το 9% για έξι ως δώδεκα μήνες. Μία μέση διάρκεια χρήσης υπολογιστή χωρίς κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας είναι οι 40 ημέρες. (Διαγράμματα 71 και 72)



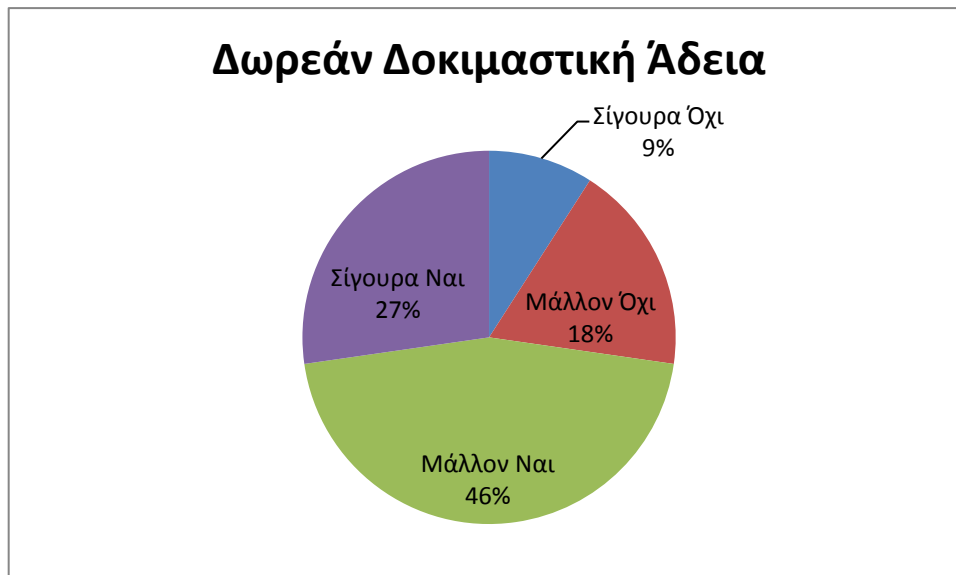
Διάγραμμα 71: Διάρκεια χρήσης Η/Υ χωρίς Antivirus σε ποσοστά



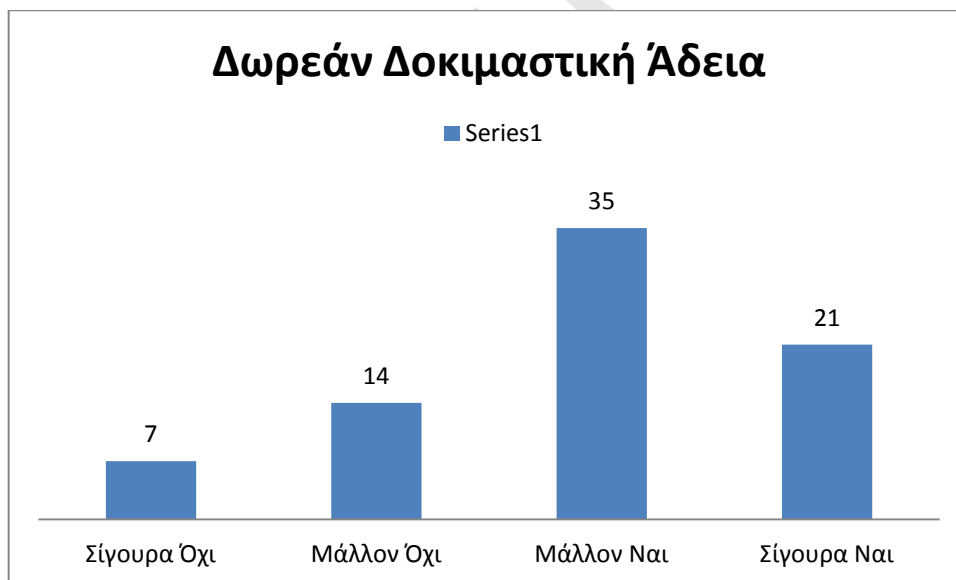
Διάγραμμα 72: Διάρκεια χρήσης Η/Υ χωρίς Antivirus

### 2.31 Δωρεάν δοκιμαστική άδεια Antivirus

Στο 46% του δείγματος αν δινόταν μια δωρεάν δοκιμαστική άδεια Antivirus για τρεις μήνες μάλλον θα την χρησιμοποιούσαν και το 27% σίγουρα θα την χρησιμοποιούσε. Το υπόλοιπο 27% απαντάει αρνητικά στο ενδεχόμενο αυτό. (Διαγράμματα 73 και 74)



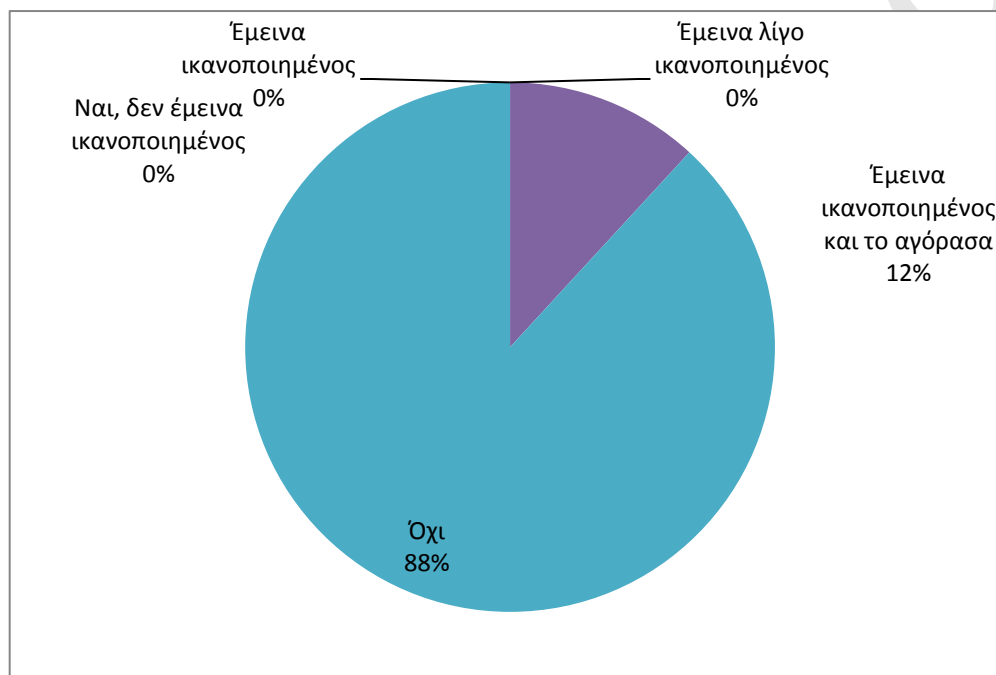
Διάγραμμα 73: Χρήση δωρεάν δοκιμαστικής άδειας σε ποσοστά



Διάγραμμα 74: Χρήση δωρεάν δοκιμαστικής άδειας

## 2.32 Αντιβιοτικό πρόγραμμα κερδισμένο από διαγωνισμό

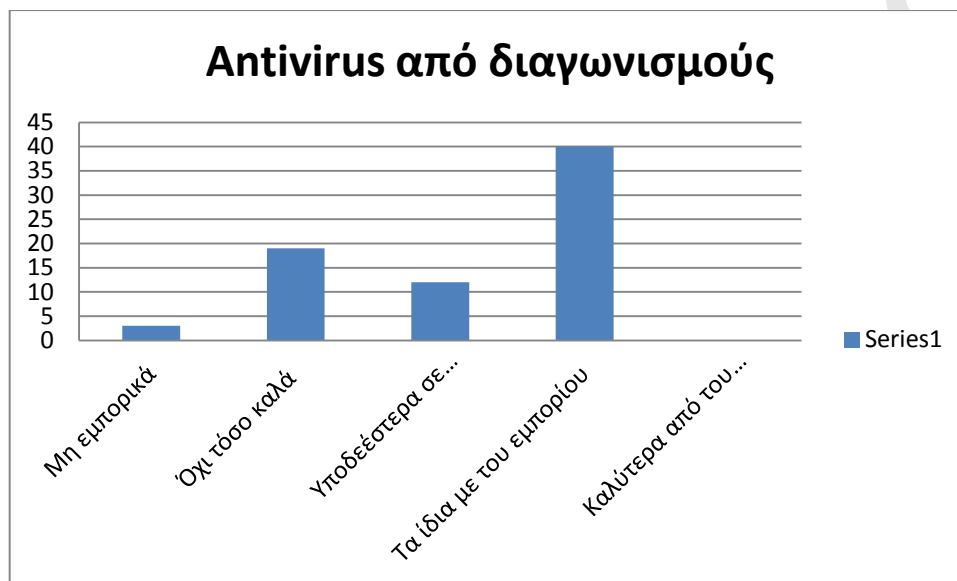
Το 88% του δείγματος δεν έχει κερδίσει κάποια άδεια Antivirus σε διαγωνισμό ενώ το 12% που έχει κερδίσει έμεινε ικανοποιημένο και στην συνέχεια προχώρησε στην αγορά του. Έχουμε ένα ποσοστό 100% στα άτομα που κέρδισαν μία άδεια Antivirus και στην συνέχεια προχώρησαν στην αγορά του. (Διάγραμμα 75)



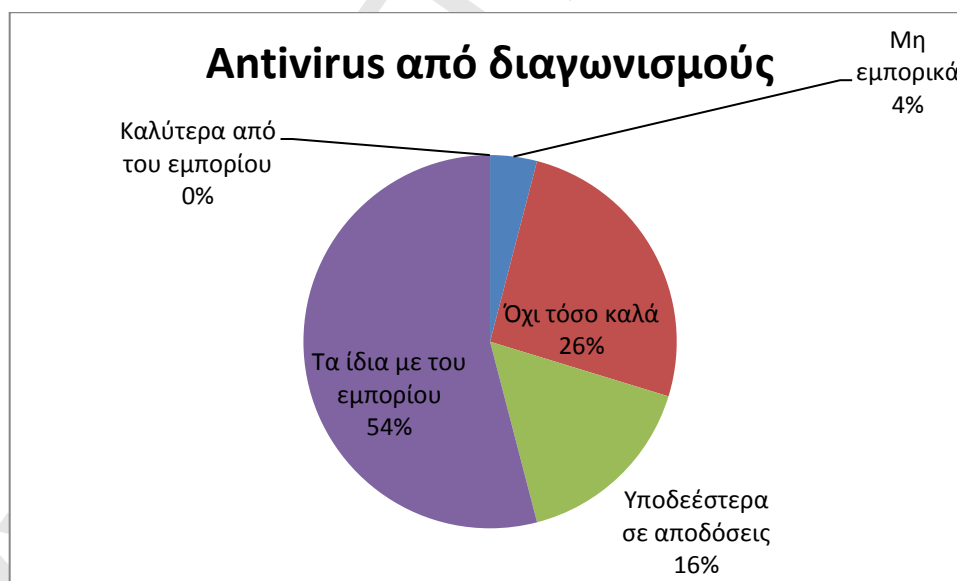
Διάγραμμα 75 : Antivirus κερδισμένο από διαγωνισμό

### 2.33 Άποψη για Antivirus που διανέμονται μέσα από διαγωνισμούς

Η άποψη του κοινού για τα προγράμματα Antivirus που χαρίζονται σε διαγωνισμούς είναι στο 54% ότι το προϊόν αυτό είναι το ίδιο με τα εμπορικά τα οποία είναι διαθέσιμα στα καταστήματα, ένα 26% τα θεωρεί όχι τόσο καλά σε ποιότητα, 16% πιστεύει ότι είναι υποδεέστερα σε αποδόσεις από τα άλλα Antivirus. Μόνο ένα 4% τα θεωρεί μη εμπορικά και κανένας δεν πιστεύει ότι είναι καλύτερα από του εμπορίου. (Διαγράμματα 76 και 77)



Διάγραμμα 76: Απόψεις για διανομή Antivirus σε διαγωνισμούς

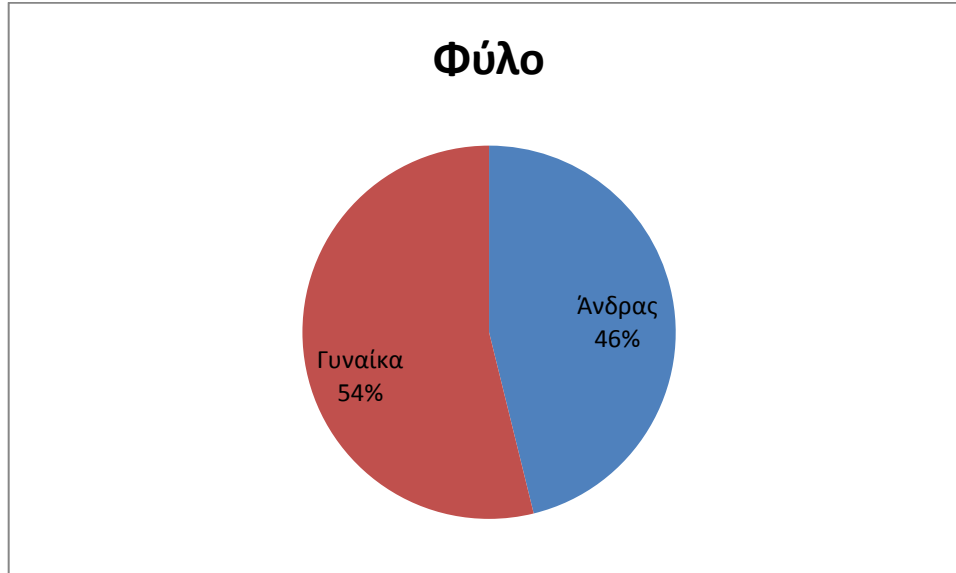


Διάγραμμα 77: Απόψεις για διανομή Antivirus σε διαγωνισμούς σε ποσοστά



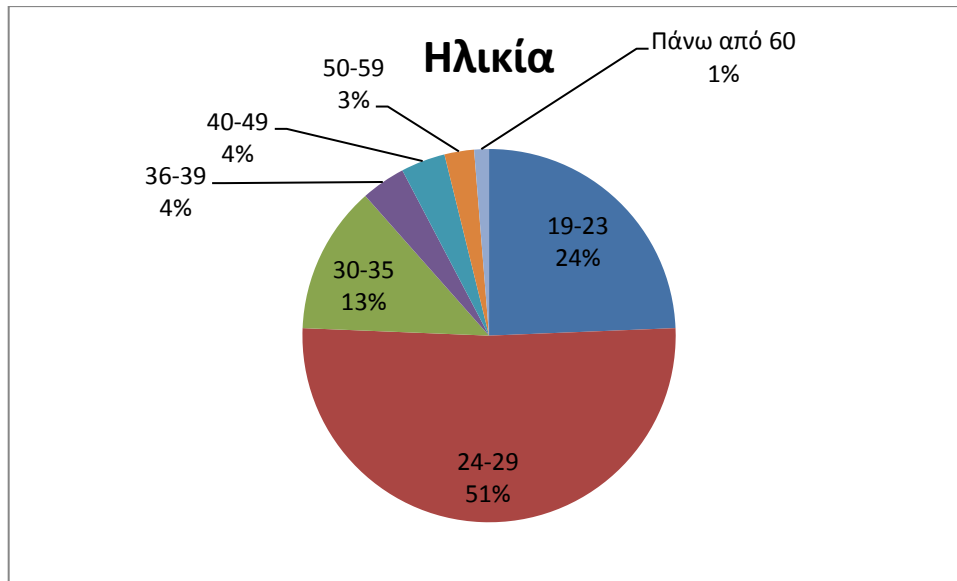
### 2.34 Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Το 54% του δείγματός μας είναι γυναίκες και το υπόλοιπο 46% αποτελείται από άντρες.  
(Διάγραμμα 78)

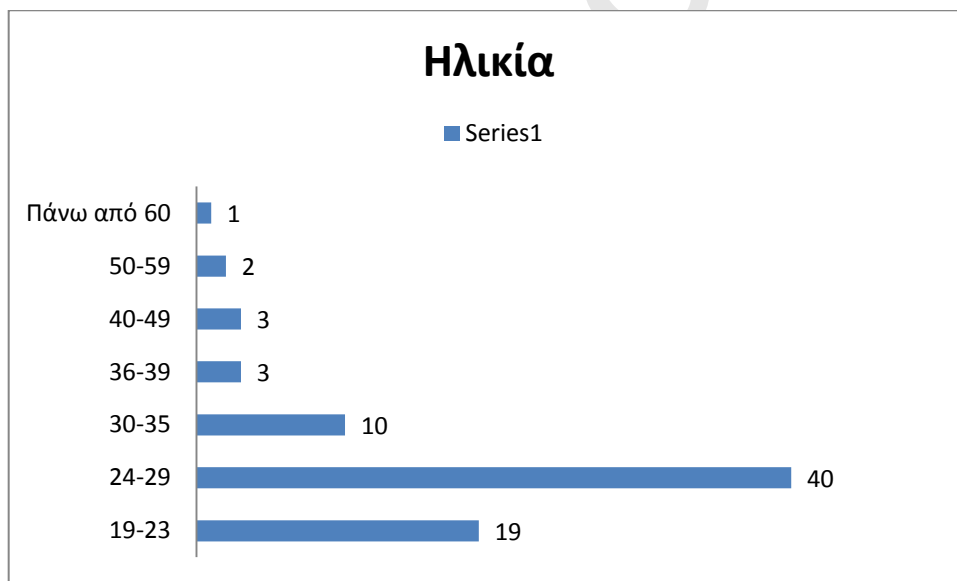


Διάγραμμα 78: Φύλο

Το 51% του δείγματος έχει ηλικία από 24 έως 29 χρονών και ένα ποσοστό 24% είναι 19 έως 23 χρονών (Διαγράμματα 79 και 80).

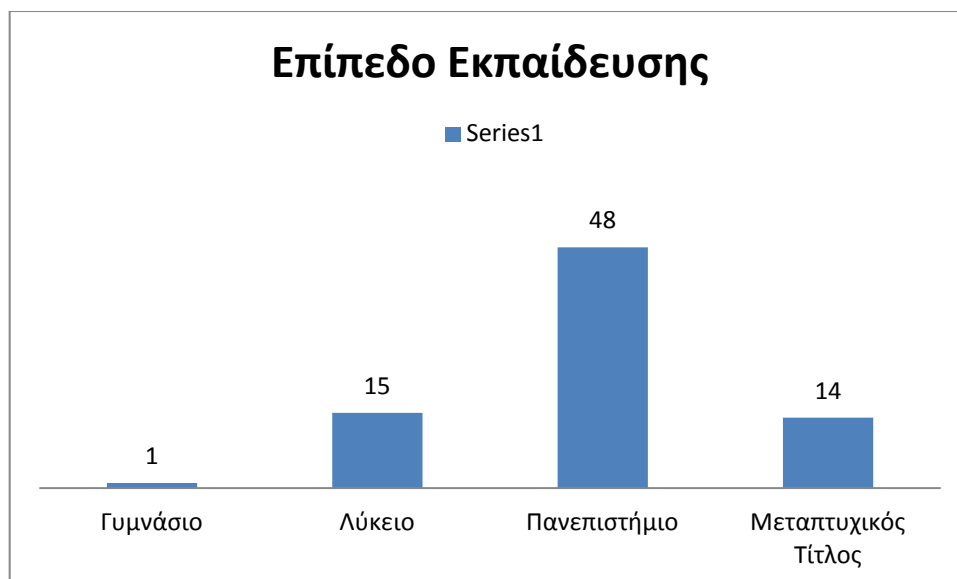


Διάγραμμα 79: Ηλικία σε ποσοστά

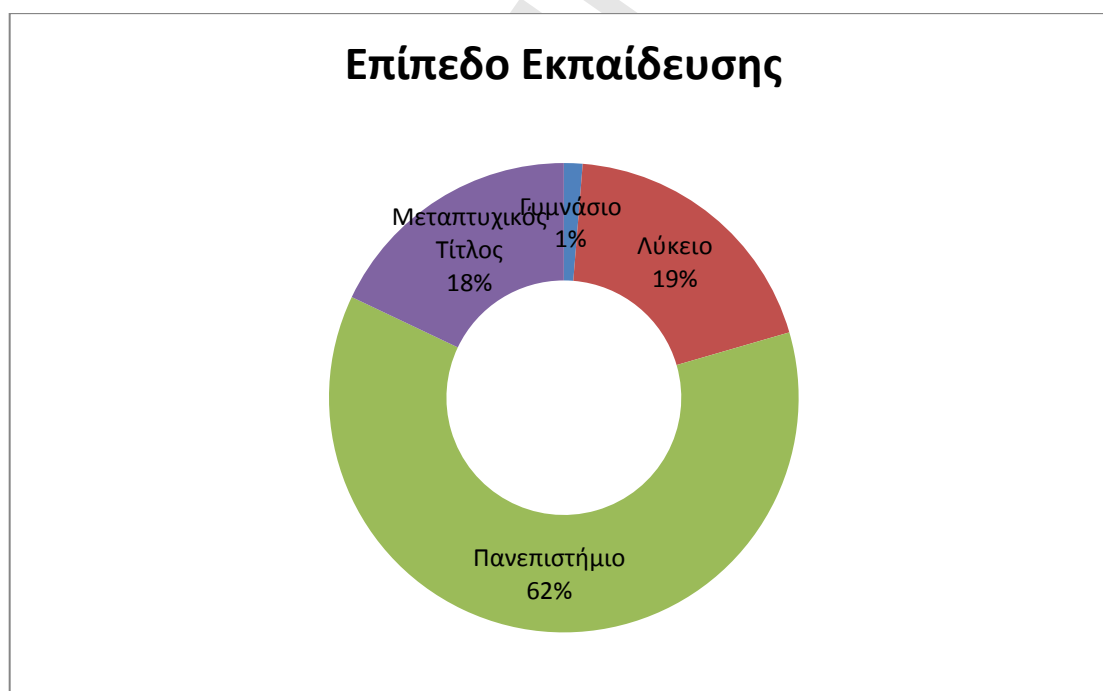


Διάγραμμα 80: Ηλικία

Ένα 62% του δείγματος είναι πανεπιστημιακής εκπαίδευσης και ένα 14% έχει και μεταπτυχιακό τίτλο (Διαγράμματα 81 και 82)

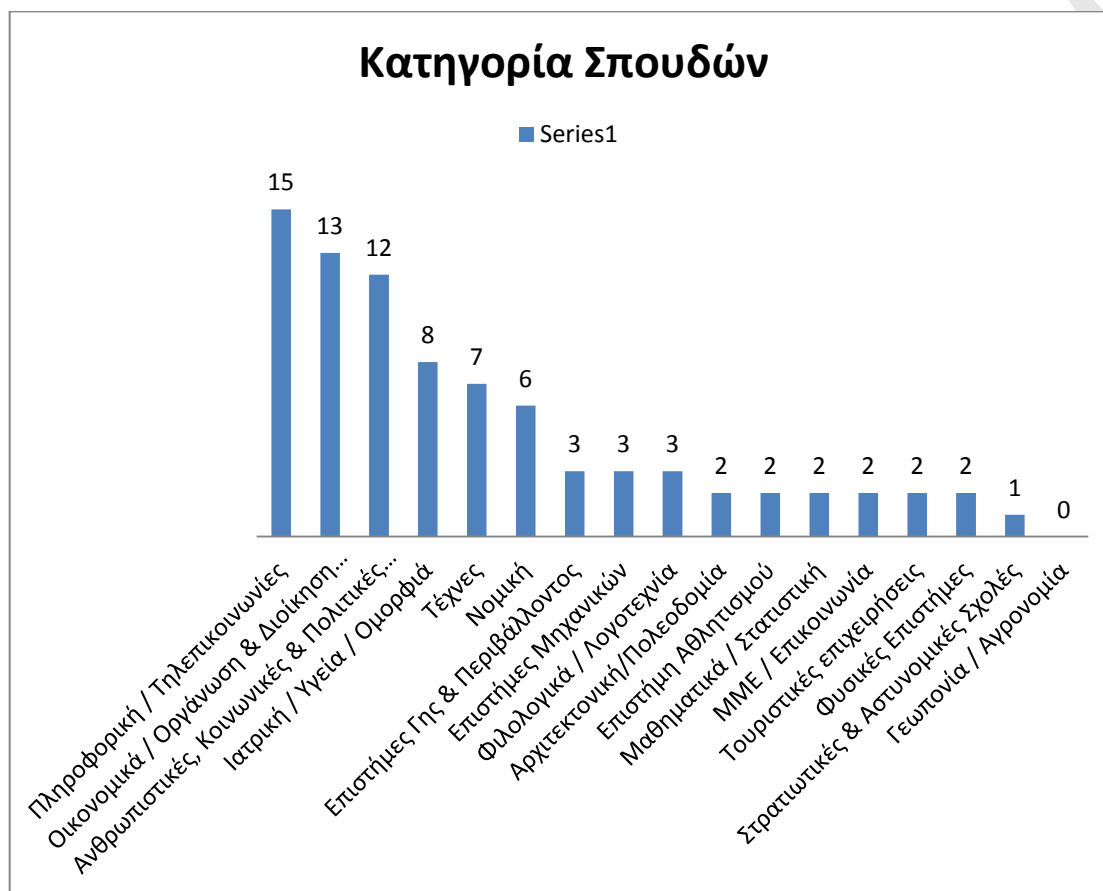


Διάγραμμα 81: Επίπεδο εκπαίδευσης



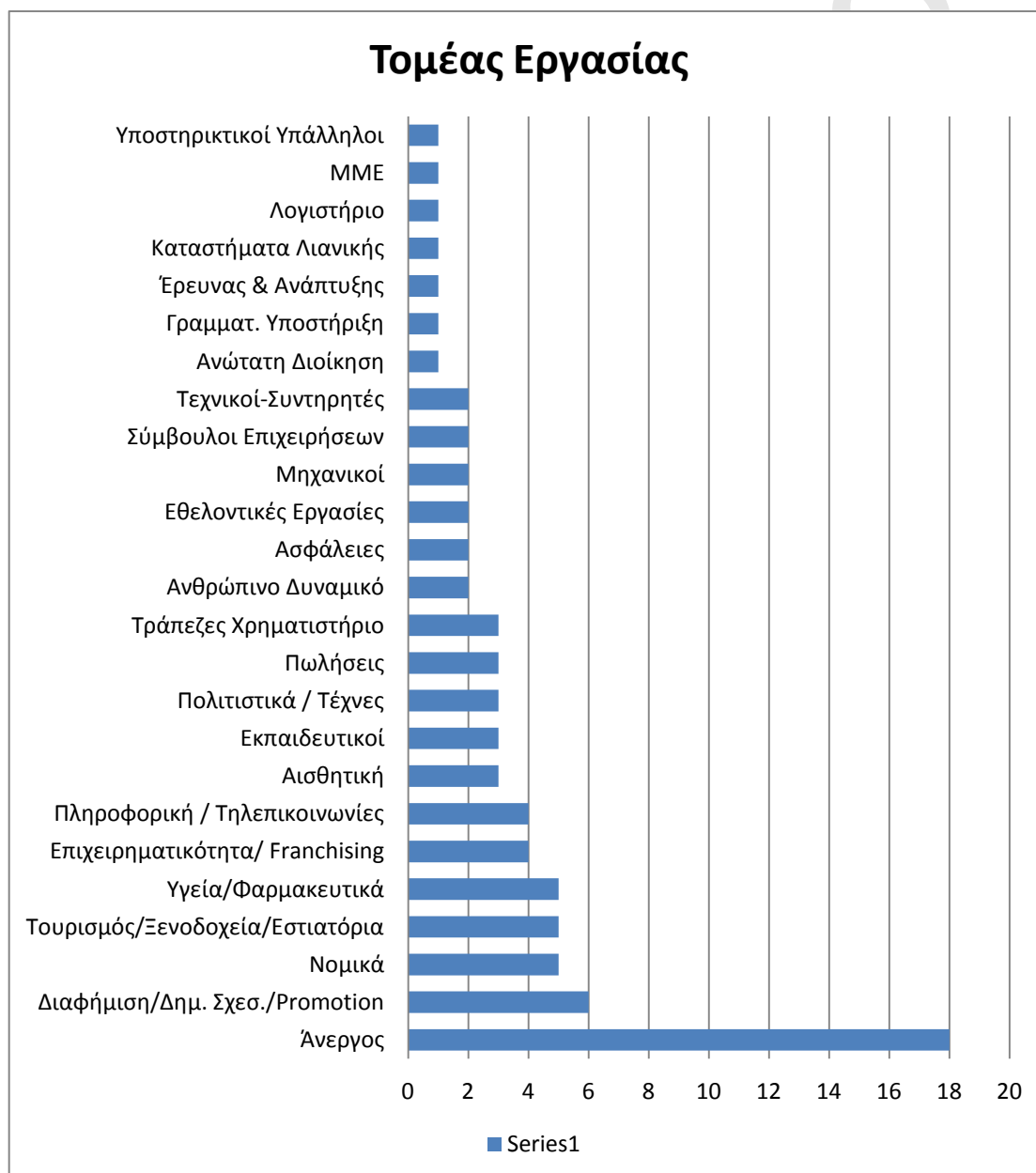
Διάγραμμα 82: Επίπεδο εκπαίδευσης 2

Η Πληροφορική, οι Τηλεπικοινωνίες, τα Οικονομικά, η Διοίκηση Επιχειρήσεων, οι Ανθρωπιστικές, Κοινωνικές και Πολιτικές επιστήμες είναι στην κορυφή της επιλογής του δείγματος σχετικά με τον κλάδο σπουδών που έχουν ακολουθήσει (Διάγραμμα 83).



Διάγραμμα 83: Κατηγορία Σπουδών

Όσον αφορά τον κλάδο στον οποίο απασχολούνται σήμερα η ανεργία καταλαμβάνει την πρώτη θέση με ποσοστό 23%. Ο επίσημος δείκτης της ανεργίας για τον Μάρτιο του 2012 σύμφωνα με την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία ανέρχεται στο 21,9% [14]. Ο κλάδος της Διαφήμισης/ Δημόσιες Σχέσης/ Promotion καταλαμβάνει την πρώτη θέση στην απασχόληση και ακολουθούν ο κλάδος της Νομικής, ο Τουρισμός και τα Ξενοδοχειακά , ο κλάδος της Υγείας και των Φαρμάκων, η Επιχειρηματικότητα και η Πληροφορική.(Διάγραμμα 84)



Διάγραμμα 84: Τομέας εργασίας

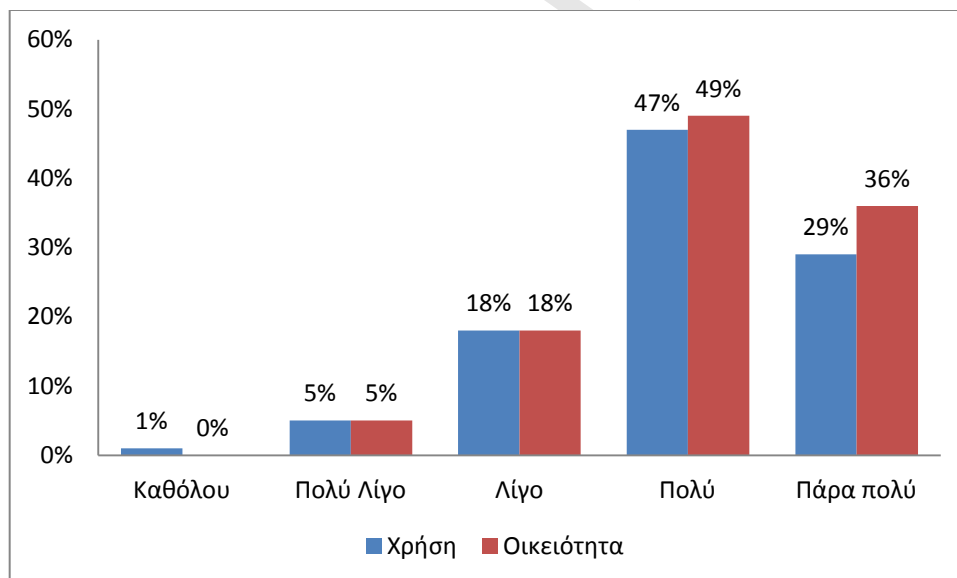
## 2.35 Συσχέτιση μεταξύ των απαντήσεων διαφορετικών ερωτήσεων

Στη ενότητα αυτή προσπαθούμε να κάνουμε συσχετίσεις μεταξύ των διαφορετικών ερωτήσεων που έχουμε θέσει στο ερωτηματολόγιο.

### 2.35.1 Συσχέτιση χρήσης και οικειότητα με υπολογιστές

Συνδυάζοντας την ερώτηση για την καθημερινή χρήση του υπολογιστή και την οικειότητα που νοιώθει το δείγμα μας βλέπουμε ότι σε όλες τις κλίμακες η χρήση και η οικειότητα είναι στα ίδια επίπεδα. Το ποσοστό το οποίο κάνει Πολύ καθημερινή χρήση είναι το ίδιο με εκείνο το οποίο νιώθει Πολύ οικειότητα. Τα αποτελέσματα είναι ανάλογα και για τα ποσοστά τα οποία έχουν δηλώσει Πολύ Λίγη καθημερινή χρήση και οικειότητα. (Διάγραμμα 85)

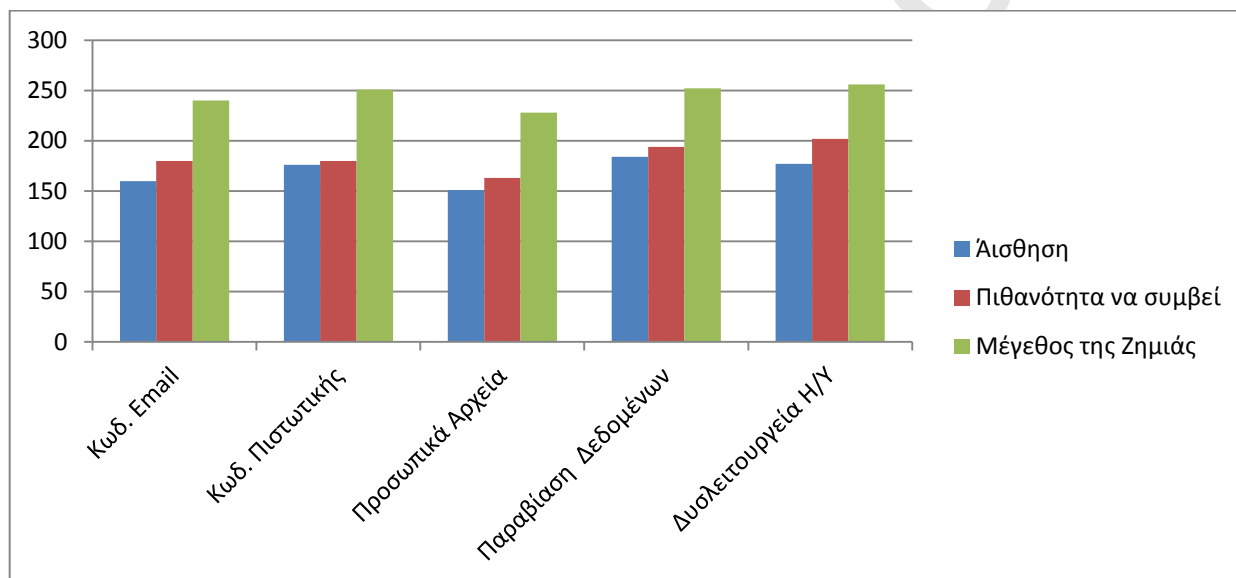
Πραγματοποιώντας την βοήθεια του συντελεστή Pearson βρίσκουμε τιμή συσχέτισης ίση με 0.00012995



Διάγραμμα 85: Χρήση και Οικειότητα

### 2.35.2 Συσχέτιση Αίσθησης, Πιθανότητας και Μεγέθους ζημιάς

Μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το δείγμα μας παρουσιάζει μία συσχέτιση ανάμεσα στην αίσθηση της απειλή που νιώθει, την πιθανότητα να συμβεί αυτή η απειλή και το μέγεθος της ζημιάς της οποίας αυτή μπορεί να προκαλέσει. Έτσι η δυσλειτουργία του υπολογιστή παρουσιάζετε να απασχολεί περισσότερο τους χρήστες του διαδικτύου. Νιώθουν ένα μέτριο κίνδυνο για την δυσλειτουργία του υπολογιστή με πολύ πιθανό να συμβεί αυτός ο κίνδυνος και η ζημία που θα προκαλέσει αναμένουν να είναι μέτρια. (Διάγραμμα 86)

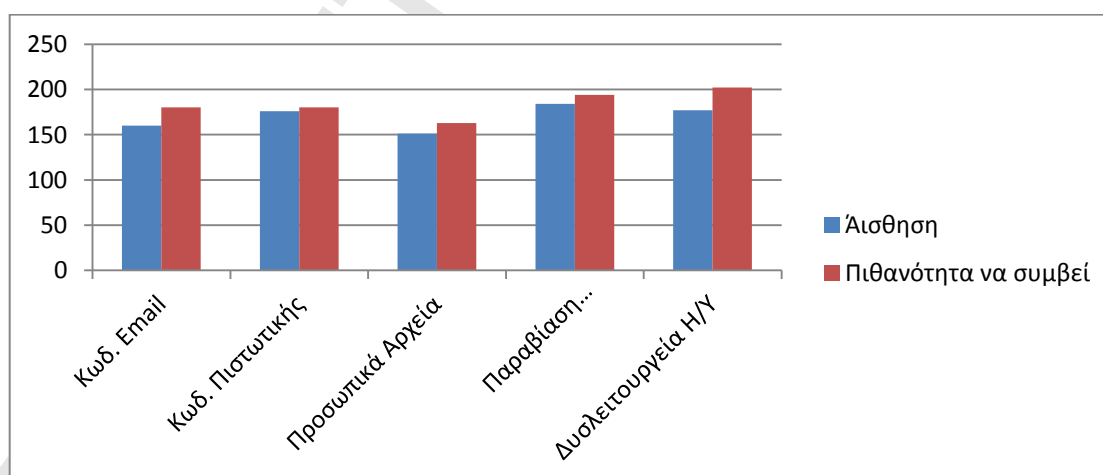


Διάγραμμα 86: Συσχέτιση ανάμεσα σε Αίσθηση ,Πιθανότητα και Μεγέθους ζημιάς

### 2.35.3 Συσχέτιση αίσθησης απειλής και πιθανότητα να συμβεί η απειλή

Σχετικά με την δυσλειτουργία του υπολογιστή οι χρήστες του δείγματος παρουσιάζουν μία συσχέτιση απόψεων με την απειλή που νιώθουν και την πιθανότητα αυτή η απειλή να συμβεί με μεγαλύτερη τιμή συσχέτισης στην δυσλειτουργία του υπολογιστή τους. (Διάγραμμα 87)

- Υποκλοπή κωδικών του email  
Correlation :0,7224 (Υψηλή γραμμική Συσχέτιση)  
Συντελεστής Pearson: 0.0
- Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας :  
Correlation: 0,6688 (Υψηλή γραμμική Συσχέτιση)  
Συντελεστής Pearson:0.0
- Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας  
Correlation: 0,61375 (Υψηλή γραμμική Συσχέτιση)  
Συντελεστής Pearson:0.0
- Παραβίαση προσωπικών δεδομένων  
Correlation: 0,6351 (Υψηλή γραμμική Συσχέτιση)  
Συντελεστής Pearson:0.0
- Δυσλειτουργία Η/Υ  
Correlation: 0,7352 (Υψηλή γραμμική Συσχέτιση)  
Συντελεστής Pearson: 0.0

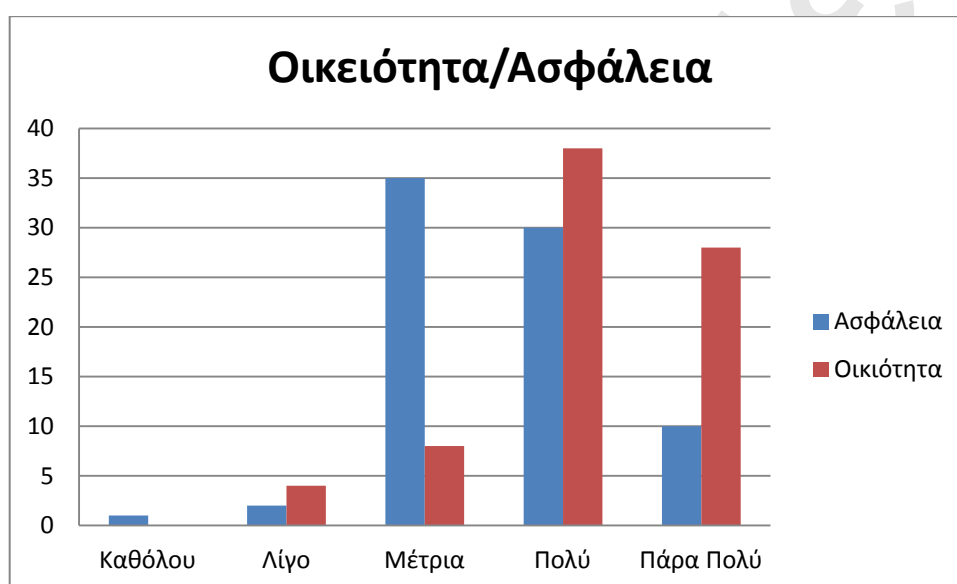


Διάγραμμα 87: Αίσθηση απειλής και πιθανότητα



#### 2.35.4 Συσχέτιση αίσθησης ασφάλειας και οικειότητας με την χρήση του υπολογιστή

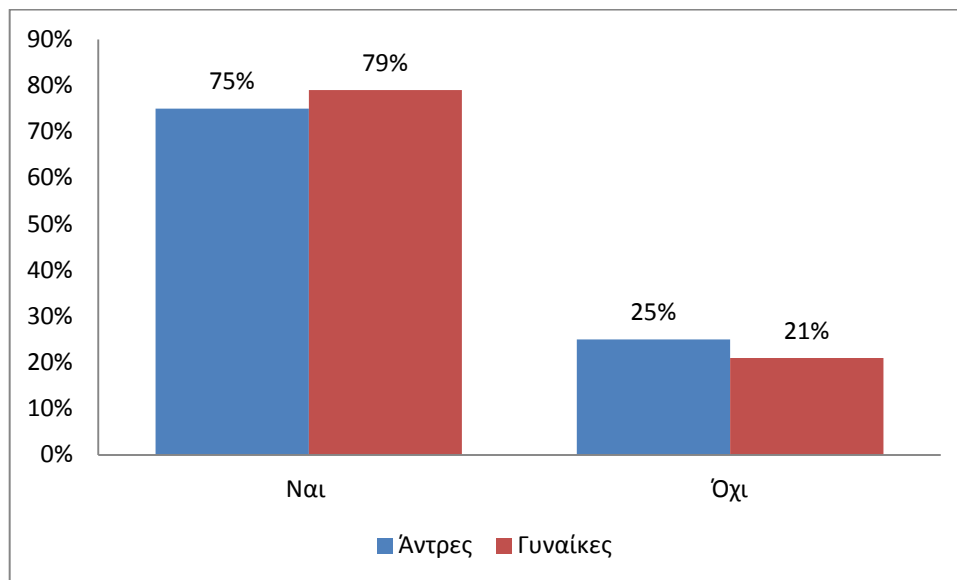
Εκείνο το οποίο αξίζει να σημειωθεί είναι το γεγονός ότι η οικειότητα που αισθάνονται οι χρήστες μας στο διαδίκτυο είναι σε συσχέτιση με την ασφάλεια την οποία νιώθουν στο σε αυτό, (Pearson Correlation 0.00001132). Αλλά και συσχέτιση στις απαντήσεις ανά χρήστη παρουσιάζετε να υπάρχει σε μεγάλο βαθμό. Χαρακτηριστικά το ποσοστό των που νιώθουν μέτρια οικειότητα με την χρήση στο διαδίκτυο είναι πολύ μικρότερο από το ποσοστό των χρηστών που νιώθουν μέτρια ασφάλεια. (Correlation 0.00014260).(Διάγραμμα 88)



Διάγραμμα 88: Συσχέτιση Οικειότητας και Ασφάλειας στο διαδίκτυο

### 2.35.5 Συσχέτιση αποθήκευσης σημαντικών εγγράφων σε άντρες και γυναίκες

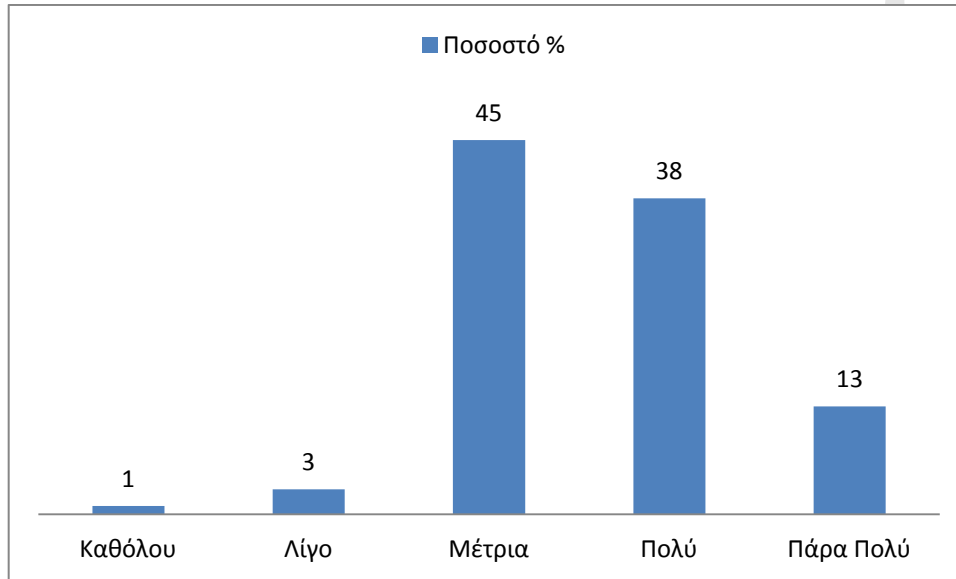
Αν κοιτάξουμε και την διαφορά ανάμεσα στους άντρες και τις γυναίκες θα δούμε ότι οι γυναίκες αποθηκεύουν σε μεγαλύτερο ποσοστό έγγραφα τα οποία θεωρούν σημαντικά ή απόρρητα σε σχέση με τους άντρες.(Διάγραμμα 89)



Διάγραμμα 89: Αποθήκευση Σημαντικών Αρχείων σε Άντρες και Γυναίκες

### 2.35.6 Συσχέτιση αίσθηση ασφάλειας χωρίς την χρήση Antivirus

Αξίζει να σημειωθεί ότι και τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν κάποιο Antivirus στον υπολογιστή τους δηλώνουν μέτρια έως πολύ ασφαλείς στην πλοήγησή τους στο διαδίκτυο, ένα γεγονός το οποίο υποδηλώνει μια άγνοια των κινδύνων που μπορεί να εμφανιστούν στο διαδίκτυο. (Διάγραμμα 90)



Διάγραμμα 90: Συσχέτιση αίσθησης ασφάλειας χωρίς την χρήση Antivirus

### 3. Συμπεράσματα

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα και την στατιστική ανάλυση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου εξήχθησαν ορισμένα σημαντικά συμπεράσματα για την επιλογή των οικιακών καταναλωτών σχετικά με τα προϊόντα Antivirus στην Ελληνική αγορά .

Το 76% του δείγματός κάνει Πολύ και Πάρα Πολύ καθημερινή χρήση του ιντερνέτ και παρατηρείται μία ομοιογένεια στην χρήση ανάμεσα στους άντρες και τις γυναίκες .

Ένα 47% των νοικοκυριών έχουν στο σπίτι τους έναν ή δύο υπολογιστές και σε ποσοστό 78% οι χρήστες στο σπίτι είναι ένας ή δύο. Οι οικιακή υπολογιστές πολύ συχνά χρησιμοποιούνται από διαφορετικούς χρήστες. Σύμφωνα με τους **Furnell, Bryant και Phippen** ένα 30% του δείγματος της έρευνας δήλωσε ότι τον οικιακό υπολογιστή τους των χρησιμοποιούν και παιδιά μέχρι 18 ετών, τα οποία είναι πιο ευάλωτα στο να προσβληθούν από κάποιον ιό [11].

Στην έρευνα μας οι ερωτώμενοι έχουν μία μεγάλη αίσθηση ασφάλειας που νιώθουν με την περιήγηση στο διαδίκτυο χωρίς αυτό να σημαίνει ότι αυτή η ασφάλεια πραγματικά υπάρχει. Έρευνα του CNNMoney το 2004 έδειξε ότι το 77% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο υπολογιστής τους ήταν καλά προφυλαγμένος ενώ στην πραγματικότητα τα ευρήματα της έρευνας απέκρουαν αυτόν τον ισχυρισμό [5].

Το 70% των χρηστών μας χρησιμοποιεί στο σπίτι του ευρυζωνική σύνδεση DSL. Σύμφωνα με έρευνα του Παρατηρητήριου για την κοινωνία την πληροφορίας η συντριπτική πλειοψηφία των συνδέσεων Ιντερνέτ στην Ελλάδα για το 2010 έχει ευρυζωνική σύνδεση [13].

Η μέση τιμή για την οικειότητα που νιώθουν με την χρήση του υπολογιστή παίρνει την τιμή Πολύ. Την ίδια τιμή παίρνει η ο βαθμός ασφαλείας που νιώθουν με την περιήγηση στο ιντερνετ.

Η πλειοψηφία του δείγματος σε ποσοστό 77% αποθηκεύει στον οικιακό υπολογιστή δεδομένα τα οποία θεωρεί σημαντικά ή απόρρητα, με τις γυναίκες να αποθηκεύουν σημαντικά έγγραφα σε μεγαλύτερο ποσοστό.

Οι μεγαλύτερες απειλές που νιώθουν στην πλοήγηση στο διαδίκτυο είναι η Δυσλειτουργία του υπολογιστή τους και η Παραβίαση των προσωπικών δεδομένων, ενώ οι απειλές αυτές έχουν και την μεγαλύτερη πιθανότητα για να συμβούν. Το μέγεθος της ζημιάς που μπορεί να προκαλέσουν οι παραπάνω απειλές χαρακτηρίζεται μέτριο. Στο δείγμα μας υπάρχει μία συσχέτιση ανάμεσα στην αίσθηση απειλής που νιώθουν για έναν κίνδυνο, την πιθανότητα αυτός ο κίνδυνος να εμφανιστεί και το μέγεθος ζημιάς που μπορεί να προκαλέσει στον χρήστη και τον υπολογιστή του. Στην ετήσια αναφορά του **University of California** για το Ιντερνέτ αναφέρεται ότι το 89% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι ανησυχούν πολύ για την ιδιωτικότητα στο διαδίκτυο δεδομένου [7].

Οι φίλοι και οι συνάδελφοι αποτελούν την κυρίαρχη πηγή ενημέρωσης για την αγορά ενός Antivirus με ποσοστό 59% και στην συνέχεια ακολουθούν τα Blogs και Forums αλλά το 45% του δείγματος δηλώνει ότι ενημερώνεται σπάνια από αυτούς. Τα έντυπα άρθρα υστερούν σε επιρροή από τα ηλεκτρονικά σχετικά με τα ποσοστά ενημέρωσης που δέχεται το δείγμα. Ο πωλητής στο κατάστημα ασκεί μια μέτρια επιρροή ενώ η διαθεσιμότητα στο κατάστημα και η διαφήμιση του προϊόντος μια μικρή επιρροή. Αξίζει να σημειωθεί ότι η τιμή και το BrandName ασκούν Πολύ επιρροή στον καταναλωτή με τους φίλους και συναδέλφους να καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στον βαθμό επιρροής. Ερευνώντας τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων σχετικά με την επιρροή για την αγορά ενός προγράμματος ασφαλείας βρήκαμε ότι η κύρια επιρροή είναι οι Φίλοι/Συνάδελφοι με ποσοστό 69%, έρευνα το 2007 στην Αγγλία των **Furnell, Bryant και Phippen** έδειξε ότι οι φίλοι και συνάδελφοι είχαν ποσοστό 41% στην επιρροή[9].

Ένα σημαντικό ποσοστό 78% χρησιμοποιεί κάποιο λογιστικό ασφαλείας στον υπολογιστή του, από αυτό το ποσοστό το 72% χρησιμοποιεί δωρεάν Antivirus ενώ μόνο ένα 28% έχει στην κατοχή του ένα εμπορικό προϊόν. Στο σύνολο του δείγματος το ποσοστό που χρησιμοποιεί εμπορικό Antivirus ανέρχεται στο 22%. Το ποσοστό αυτό εξακολουθεί να επηρεάζεται πολύ για την επιλογή του Antivirus από την τιμή που θα έχει. Έρευνα σε φοιτητές τμημάτων πληροφορικής του **James Madison University of Harrisonburg, Virginia (2007)** έδειξε ότι το 91% των ερωτηθέντων έχει λογισμικό ασφαλείας στον προσωπικό τους υπολογιστή [8]. Οι λόγοι που οδήγησαν τον χρήστη στην επιλογή ενός δωρεάν προγράμματος είναι η οικονομία που προσφέρουν σε ποσοστό 41% αλλά και η άποψη σε ποσοστό 25% ότι είναι το ίδιο με τα εμπορικά προγράμματα. Σημαντικό είναι και το BrandName που έχει στην αγορά το δωρεάν προϊόν καθώς τους επηρεάζει Πολύ και Πάρα Πολύ σε ποσοστό 57%.

Το δείγμα μας συμφωνεί πολύ με την πρόταση το Antivirus που έχουν στην κατοχή τους να μην επιβαρύνει τους πόρους του υπολογιστή τους ενώ αξίζει να σημειωθεί ότι ακόμη και τα άτομα τα οποία δεν χρησιμοποιούν κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας συμφωνούν λίγο με την πρόταση ότι κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα πρόγραμμα ασφαλείας.

Ο έλεγχος για την ομαλή λειτουργία του αντιβιοτικού προγράμματος στο δείγμα μας γίνεται σπάνια σε ποσοστό 44% ενώ στην έρευνα του **James Madison University of Harrisonburg, Virginia** ο έλεγχος αυτός δεν γίνεται ποτέ σε ποσοστό 4%. Στην ίδια έρευνα στην Αμερική το ποσοστό των χρηστών που τον τελευταίο χρόνο δεν αντιμετώπισαν κάποιο πρόβλημα από ιό ανέρχεται στο 49% ενώ στην έρευνα μας το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο, 31%. Το 22% νιώθει πάρα πολύ ασφάλεια στην περιήγηση του στο διαδίκτυο, το ποσοστό αυτό στην έρευνά μας είναι 13% [8].

Στις πρώτες πέντε θέσεις των Antivirus με την μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα βρίσκονται τρία προγράμματα τα οποία διανέμονται δωρεάν στους χρήστες. Πρώτο σε αναγνώριση κατατάσσεται το Avast (34%) , ακολουθεί το Panda Antivirus (31%), McAfee (29%), AVG Free(26%) και στην πέμπτη θέση το Microsoft Essential με ποσοστό 25%. Σχετικά με την πρόθεση για τα προγράμματα τα οποία επιθυμούν να δοκιμάσουν εκεί το Microsoft Essential έρχεται πρώτο με ποσοστό 11% και ακολουθούν Bitdefender, Escan, F-Secure και K7 Antivirus με ποσοστά 9% το καθένα.

Το McAfee είναι με ποσοστό 40% το πρόγραμμα που έχουν δοκιμάσει οι περισσότεροι χρήστες του δείγματός μας. Ακολουθούν Symantec Norton (30%), Panda (23%), Avast Free (23%) και Kaspersky με ποσοστό 22%.

Θέλοντας να μάθουμε ποιο είναι το Antivirus που χρησιμοποιεί το δείγμα μας βλέπουμε το Avast Free να έρχεται πρώτο σε προτιμήσεις με ποσοστό 25%, ακολουθούν τα AVG και Symantec Norton με 13%, McAfee με 12% και ESET Nod32 και Microsoft Essential με ποσοστό 11%. Τον Ιούνιο του 2012 συλλέχτηκαν στοιχεία από παραπάνω από 120.000 σημεία δεδομένων σχετικά με το παγκόσμιο μερίδιο αγοράς που έχουν τα προγράμματα ασφαλείας από τον οργανισμό **OPSWAT**. Στην έρευνα αυτή το Avast κατέχει την πρώτη θέση με ποσοστά στην παγκόσμια αγορά 17.4%, στην έρευνα μας το ποσοστό που χρησιμοποιεί το προϊόν ανέρχεται στο 25%. Το Antivirus της Microsoft σύμφωνα με τον OPSWAT έχει το 13,2%, στην δική μας έρευνα το ποσοστό αυτό είναι 11%. Στο Antivirus της ESET και οι δύο έρευνες συμφωνούν στο 11%, το ίδιο συμβαίνει και για το πρόγραμμα ασφαλείας της Symantec Norton [12].

Μπορούμε να δούμε πως το δείγμα μας έχει δοκιμάσει μια ποικιλία αντιβιοτικών προγραμμάτων περίπου ίση με αυτήν που γνωρίζουν αλλά την δεδομένη στιγμή χρησιμοποιούν ορισμένα από αυτά. Χαρακτηριστικά το McAfee ενώ το έχει δοκιμάσει ένα σημαντικό ποσοστό του δείγματος το ποσοστό που το χρησιμοποιεί είναι αρκετά χαμηλό.

Σε ένα ποσοστό 71% η προμήθεια του προϊόντος έχει γίνει από το ιντερνέτ, αυτό είναι λογικό καθώς μεγάλο μέρος του δείγματος χρησιμοποιεί δωρεάν πρόγραμμα ασφαλείας το οποίο είναι διαθέσιμο αποκλειστικά στο διαδίκτυο. Αξίζει να τονίσουμε ότι τα πολυκαταστήματα έχουν πωλήσει Antivirus στο 13% του δείγματός μας και ένα ποσοστό 11% ήταν εγκατεστημένο στον νέο υπολογιστή του χρήστη. Από τα άτομα τα οποία χρησιμοποιούν ένα εμπορικό προϊόν ένα 41% έκανε την αγορά του από το διαδίκτυο και το μέσο κόστος αγοράς του Antivirus ανέρχεται στα 40€.

Το 87% του δείγματος γνωρίζει ότι άδεια Antivirus που έχει προμηθευτεί έχει μια ημερομηνία λήξης, συνήθως ένα χρόνο, και μετά το πέρας της ημερομηνίας χρειάζεται ανανέωση της άδειας για να είναι το προϊόν σε πλήρη λειτουργία, να έχει όλες τις ενημερώσεις για τυχόν νέους ιούς . Το 38% απάντησε ότι θα προχωρούσε σε μία αρχική αγορά άδειας Antivirus για περισσότερο από ένα χρόνο.

Γνωρίζοντας ότι πέραν τις ημερομηνίας λήξης του προϊόντος αυτό δεν ενημερώνεται για νέους ιούς βλέπουμε ότι ένα 46% ανανεώνει την άδειά του στο διάστημα πριν την λήξη. Μία μέση τιμή για όσους πραγματοποιούν ανανέωση του προϊόντος μετά την λήξη τους είναι οι 27 ημέρες μετά.

Το 65% δηλώνει ότι θα προχωρούσε σε μία αλλαγή του προγράμματος που χρησιμοποιεί πριν την λήξη του στην περίπτωση που το δικό του πρόγραμμα δεν ήταν αποτελεσματικό στην λειτουργία του ενώ ένα 17% θα το έκανε για ένα πιο οικονομικό προϊόν.

Θέλοντας να μάθουμε τι θα ωθήσει τον χρήστη να αλλάξει το πρόγραμμα που χρησιμοποιεί μετά την λήξη του παρατηρούμε ότι ένα 26% θα το έκανε για να δοκιμάσει ένα διαφορετικό πρόγραμμα και ένα 20% θα το έκανε για να απαλλαγεί από τα προβλήματα τα οποία μπορεί να αντιμετωπίζει με το υπάρχων πρόγραμμα Antivirus.

Μία μέση διάρκεια χρήσης υπολογιστή χωρίς κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας είναι οι 40 ημέρες. Αξίζει να θυμηθούμε ότι το 22% έχει δηλώσει ότι δεν χρησιμοποιεί κάποιο πρόγραμμα ασφαλείας την περίοδο διεξαγωγής της έρευνας.

Πολλές εταιρίες διανομής προϊόντων Antivirus στα πλαίσια προώθησης των λύσεών τους χαρίζουν δοκιμάσθητες άδειες είτε στον έντυπο είτε στον ηλεκτρονικό τύπο. Ένα 46% δηλώνει ότι μάλλον θα την χρησιμοποιούσε στον υπολογιστή του ενώ ένα 27% απαντάει αρνητικά σε αυτήν την προσφορά.

Τα άτομα που έχουν κερδίσει σε ένα διαγωνισμό μία άδεια Antivirus είναι σε ένα μικρό ποσοστό της τάξης του 12% αλλά αυτό το μικρό ποσοστό προχώρησε κατά 100% στην αγορά του προϊόντος μετά την λήξη της δοκιμαστικής περιόδου.

Θέλοντας μια εταιρία να προχωρήσει σε ενέργειες προώθησης δωρεάν δοκιμαστικών αδειών αξίζει να μάθουμε την άποψη του κοινού για τις άδειες που χαρίζονται σε διαγωνισμούς. Το 54% πιστεύει ότι τα προϊόντα αυτά είναι το ίδιο με αυτά που διατίθενται στα καταστήματα ενώ ένα ποσοστό 16% πιστεύει ότι είναι υποδεέστερα σε αποδόσεις. Υπάρχει και ένα μικρό ποσοστό 4% το οποίο πιστεύει ότι τα Antivirus αυτά δεν είναι εμπορικά και για τον λόγο αυτό χαρίζονται.

### 3.1 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η παρούσα ερευνητική εργασία εξέτασε τις καταναλωτικές συνήθειες των χρηστών του ιντερνέτ για τα προϊόντα Antivirus βασιζόμενη στην οικιακή τους χρήση. Άρα ασχολήθηκε με τις επιλογές που κάνουν για την αγορά ενός Antivirus για τον οικιακό του υπολογιστή. Για τις εταιρίες που κάνουν την διανομή προγραμμάτων ασφαλείας υπάρχει και μία άλλη αγορά που αφορά τους εταιρικούς χρήστες, εκεί αναφερόμαστε σε επιχειρήσεις οι οποίες έχουν μεγαλύτερες απαιτήσεις σε θέματα ασφαλείας για τους υπολογιστές τους.

Αξίζει σε μία μελλοντική έρευνα να ψάξουμε τις τάσεις και προτιμήσεις για τα προϊόντα ασφαλείας σε corporate περιβάλλον και μεγάλους οργανισμούς. Το κομμάτι αυτό της αγοράς αυτό έχει μια μεγαλύτερη πολυπλοκότητα καθώς ο χρήστης του προϊόντος πολλές φορές δεν είναι και το άτομο το οποίο έχει επιλέξει το προϊόν. Οι αποφάσεις παίρνονται από τα ανώτατα διοικητικά σε συνδυασμό με τα τεχνικά στελέχη πληροφορικής.

Ένα ερωτηματολόγιο μπορεί να δημιουργηθεί κατάλληλα ώστε να μπορέσουμε να δούμε σε μία επιχείρηση ποια είναι η άποψη των χρηστών, των μηχανικών πληροφορικής και των ανωτάτων στελεχών για τα προϊόντα ασφαλείας που υπάρχουν διαθέσιμα στην Ελληνική αγορά.

Ένα άλλο κομμάτι της αγοράς το οποίο μπορεί να εξεταστεί είναι οι επιχειρήσεις που κάνουν μεταπώληση των προϊόντων ασφαλείας ώστε να μπορέσουμε να μάθουμε με ποια κριτήρια επιλέγουν το προϊόν το οποίο θα προτείνουν στον τελικό χρήστη ή επιχείρηση.



#### 4. Παράρτημα Αποτελέσματα

Παρακάτω παρουσιάζονται οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου μαζί με τις απαντήσεις που δόθηκαν από το δείγμα 78 ατόμων. Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων ακολουθεί την δομή του ερωτηματολογίου. Στους πίνακες αποτελεσμάτων παρουσιάζονται και τα αποτελέσματα σε ποσοστιαία βάση αλλά και η μέση τιμή σε συγκεκριμένες ερωτήσεις.

1. Πόση χρήση του υπολογιστή σας κάνετε καθημερινά ;

	Άτομα	Ποσοστά
Καθόλου	1	1%
Πολύ Λίγο	4	5%
Λίγο	14	18%
Πολύ	37	47%
Πάρα πολύ	23	29%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή “Πολύ”

2. Πόσα άτομα χρησιμοποιούν τον υπολογιστή στο σπίτι ;

	Άτομα	Ποσοστά
1 έως 2	61	78%
3 έως 4	15	19%
Πάνω από 4	2	3%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή χρήσης “Ενός με Δύο ” ατόμων.

3. Πόσοι υπολογιστές υπάρχουν στο σπίτι ;

	Άτομα	Ποσοστό
Ένας	29	37%
Δύο	37	47%
Τρεις με Τέσσερις	9	12%
Πάνω από Τέσσερις	3	4%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή με “Δύο” υπολογιστές ανά οικία.

4. Τι ταχύτητα σύνδεσης έχετε στον υπολογιστή σας ;

	Άτομα	Ποσοστό
Dial-Up Modem	3	4%
ISDN	12	15%
DSL	52	67%
Άλλη Ευρυζωνική	2	3%
Δεν γνωρίζω	9	11%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή για “DSL” σύνδεση.

5. Πόσο οικεία νιώθετε με την χρήση του υπολογιστή ;

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	0	0%
<b>Πολύ Λίγο</b>	4	5%
<b>Λίγο</b>	8	10%
<b>Πολύ</b>	38	49%
<b>Πάρα Πολύ</b>	28	36%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή για “Πολύ” οικειότητα με την χρήση του υπολογιστή.

6. Πόσο ασφαλείς νιώθετε με την περιήγηση στο διαδίκτυο για εσάς και την οικογένειά σας ;

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	1	1%
<b>Λίγο</b>	2	3%
<b>Μέτρια</b>	35	45%
<b>Πολύ</b>	30	38%
<b>Πάρα Πολύ</b>	10	13%

Παρουσιάζεται μία μέση τιμή “Πολύ” για την ασφάλεια που νιώθουν.

7. Αποθηκεύετε στον υπολογιστή σας ηλεκτρονικά δεδομένα/αρχεία τα οποία θεωρείτε σημαντικά ή απόρρητα;

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Ναι</b>	60	77%
<b>Όχι</b>	18	23%

8. Αξιολογήστε την αίσθηση απειλής που νιώθετε στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας τον υπολογιστή σας;

- Υποκλοπή κωδικών του email

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Μικρή</b>	20	26%
<b>Μέτρια</b>	37	48%
<b>Μεγάλη</b>	14	18%
<b>Πολύ Μεγάλη</b>	6	8%

Μέση τιμή για την αίσθηση απειλής “Μέτρια”

- Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

	Άτομα	Ποσοστό
Μικρή	22	28%
Μέτρια	28	36%
Μεγάλη	14	18%
Πολύ Μεγάλη	14	18%

Μέση τιμή για την αίσθηση απειλής “Μέτρια”

- Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας

	Άτομα	Ποσοστό
Μικρή	23	31%
Μέτρια	33	44%
Μεγάλη	14	19%
Πολύ Μεγάλη	5	6%

Μέση τιμή για την αίσθηση απειλής “Μέτρια”

- Παραβίαση προσωπικών δεδομένων

	Άτομα	Ποσοστό
Μικρή	14	18%
Μέτρια	31	40%
Μεγάλη	20	26%
Πολύ Μεγάλη	12	16%

Μέση τιμή για την αίσθηση απειλής “Μέτρια”

- Δυσλειτουργία Η/Υ

	Άτομα	Ποσοστό
Μικρή	21	27%
Μέτρια	25	32%
Μεγάλη	22	28%
Πολύ Μεγάλη	10	13%

Μέση τιμή για την αίσθηση απειλής “Μέτρια”

9. Πόσο πιθανό θεωρείτε να προκύψουν οι παρακάτω κίνδυνοι στον υπολογιστή σας σε σχέση με την :

- Υποκλοπή κωδικών του email σας

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	11	14%
<b>Λίγο</b>	36	47%
<b>Πολύ</b>	23	30%
<b>Πάρα Πολύ</b>	7	9%

Μέση τιμή για την πιθανότητα να συμβεί ο παραπάνω κίνδυνος “Λίγο”

- Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	18	23%
<b>Λίγο</b>	29	37%
<b>Πολύ</b>	20	26%
<b>Πάρα Πολύ</b>	11	14%

Μέση τιμή για την πιθανότητα να συμβεί ο παραπάνω κίνδυνος “Λίγο”

- Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	18	23%
<b>Λίγο</b>	38	49%
<b>Πολύ</b>	15	20%
<b>Πάρα Πολύ</b>	6	8%

Μέση τιμή για την πιθανότητα να συμβεί ο παραπάνω κίνδυνος “Λίγο”

- Παραβίαση προσωπικών δεδομένων

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Καθόλου</b>	9	12%
<b>Λίγο</b>	27	35%
<b>Πολύ</b>	33	43%
<b>Πάρα Πολύ</b>	8	10%

Μέση τιμή για την πιθανότητα να συμβεί ο παραπάνω κίνδυνος “Πολύ”

- Δυσλειτουργία Η/Υ

	Άτομα	Ποσοστό
Καθόλου	8	10%
Λίγο	28	36%
Πολύ	30	39%
Πάρα Πολύ	12	15%

Μέση τιμή για την πιθανότητα να συμβεί ο παραπάνω κίνδυνος “Πολύ”

10. Τι μεγέθους ζημιά μπορεί να προκληθεί από ένα κακόβουλο λογισμικό;

- Υποκλοπή κωδικών του email σας

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Μικρή	4	5%
Μικρή	16	21%
Μέτρια	24	31%
Μεγάλη	33	43%

Μέση τιμή ζημιάς που μπορεί να προκληθεί από κακόβουλο λογισμικό “Μέτρια”

- Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Μικρή	9	12%
Μικρή	9	12%
Μέτρια	16	20%
Μεγάλη	44	56%

Μέση τιμή ζημιάς που μπορεί να προκληθεί από κακόβουλο λογισμικό “Μέτρια”

- Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Μικρή	7	9%
Μικρή	10	14%
Μέτρια	27	36%
Μεγάλη	30	41%

Μέση τιμή ζημιάς που μπορεί να προκληθεί από κακόβουλο λογισμικό “Μέτρια”

- Παραβίαση προσωπικών δεδομένων

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Πολύ Μικρή</b>	3	4%
<b>Μικρή</b>	7	9%
<b>Μέτρια</b>	33	43%
<b>Μεγάλη</b>	34	44%

Μέση τιμή ζημιάς που μπορεί να προκληθεί από κακόβουλο λογισμικό “Μέτρια”

- Δυσλειτουργία Η/Υ

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Πολύ Μικρή</b>	4	5%
<b>Μικρή</b>	10	13%
<b>Μέτρια</b>	20	26%
<b>Μεγάλη</b>	43	56%

Μέση τιμή ζημιάς που μπορεί να προκληθεί από κακόβουλο λογισμικό “Μέτρια”

11. Από ποιες πηγές ενημερώνεστε για την αγορά ενός αντιβιοτικού προγράμματος;  
Επιλέξτε έως 2 απαντήσεις.

	Άτομα	Ποσοστό
Έντυπα Άρθρα	6	6%
Ηλεκτρονικά Άρθρα	17	16%
Blogs, Forums	18	17%
Φίλους -Συνάδελφους	61	59%
Άλλο	2	2%

Επικρατούσα πηγή “Φίλοι -Συνάδελφοι”

Το 35% του δείγματος ενημερώνεται από δυο ή παραπάνω μέσα.

	Άτομα	Ποσοστό
Έντυπα Άρθρα/Blogs, Forums	1	6%
Έντυπα Άρθρα/ Φίλους - Συνάδελφους	1	6%
Ηλεκτρονικά Άρθρα/Blogs, Forums	1	6%
Ηλεκτρονικά Άρθρα/ Φίλους - Συνάδελφους	5	29%
Blogs, Forums/ Φίλους - Συνάδελφους	8	47%
Φίλους -Συνάδελφους /Άλλο	1	6%

Επικρατούσα πηγή “Blogs, Forums/ Φίλοι - Συνάδελφοι”

12. Πόσο συχνά ενημερώνεστε από τα παραπάνω μέσα;

	Άτομα	Ποσοστό
Σπάνια	35	45%
Μάλλον Συχνά	16	20%
Συχνά	21	27%
Πολύ Συχνά	6	8%

Μέση συχνότητα ενημέρωσης “Μάλλον Συχνά”

13. Χρησιμοποιείτε κάποιο λογισμικό ασφαλείας (Antivirus) για την αποτροπή κακόβουλου προγράμματος που μπορεί να προξενήσει ζημιά στον υπολογιστή και στα δεδομένα που περιέχει ;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Ναι</b>	61	78%
<b>Όχι</b>	17	22%

14. Αν χρησιμοποιείτε λογισμικό ασφαλείας (Antivirus), αυτό είναι:

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Εμπορικό</b>	17	28%
<b>Δωρεάν</b>	44	72%

15. Για ποίον λόγο θα επιλέγατε ένα λογισμικό ασφαλείας (Antivirus) το οποίο παρέχεται δωρεάν;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Οικονομία</b>	37	41%
<b>Εμφανίστηκε στο διαδίκτυο και το κατέβασα</b>	2	2%
<b>Μου το συνέστησαν</b>	29	32%
<b>Είναι το ίδιο αποτελεσματικό με τα εμπορικά</b>	23	25%
<b>Είναι καλύτερο από Εμπορικό</b>	0	0%
<b>Οικονομία/Σύσταση/Ιδιο με εμπορικά</b>	3	4%
<b>Οικονομία/Σύσταση</b>	4	6%

Επικρατούσα τιμή "Οικονομία"



16. Πόσο σας επηρεάζει καθένα από τα παρακάτω κριτήρια για την επιλογή ενός λογισμικού ασφαλείας;

- Διαφήμιση

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Λίγο	32	42%
Λίγο	24	31%
Μέτρια	13	17%
Πολύ	8	10%
Πάρα Πολύ	0	0%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Λίγο”

- Σύσταση από συνάδελφο/φίλο

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Λίγο	3	4%
Λίγο	6	8%
Μέτρια	8	10%
Πολύ	38	49%
Πάρα Πολύ	22	29%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Πολύ”

- Σύσταση από τον πωλητή

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Λίγο	21	27%
Λίγο	16	21%
Μέτρια	30	39%
Πολύ	6	8%
Πάρα Πολύ	4	5%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Λίγο”

- Διαθεσιμότητα στο κατάστημα

	Άτομα	Ποσοστό
Πολύ Λίγο	27	36%
Λίγο	28	38%
Μέτρια	15	20%
Πολύ	4	5%
Πάρα Πολύ	1	1%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Λίγο”

- Ελκυστική τιμή

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Πολύ Λίγο</b>	9	12%
<b>Λίγο</b>	7	9%
<b>Μέτρια</b>	18	23%
<b>Πολύ</b>	30	39%
<b>Πάρα Πολύ</b>	13	17%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Μέτρια”

- Αναγνωρισμένο Brand Name

	<b>Άτομα</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Πολύ Λίγο</b>	8	10%
<b>Λίγο</b>	7	9%
<b>Μέτρια</b>	22	28%
<b>Πολύ</b>	30	39%
<b>Πάρα Πολύ</b>	11	14%

Μέση τιμή για την επιρροή από το παραπάνω κριτήριο “Μέτρια”

17. Παρακαλώ εκφράστε την άποψη σας για τις παρακάτω προτάσεις:

«Κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα πρόγραμμα ασφαλείας»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	3	4%
Διαφωνώ Λίγο	1	1%
Συμφωνώ Λίγο	5	6%
Συμφωνώ Πολύ	69	89%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Πολύ”

«Θέλω να έχω άμεση τεχνική υποστήριξη σχετικά με την λειτουργία του Antivirus»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	4	5%
Διαφωνώ Λίγο	4	5%
Συμφωνώ Λίγο	23	30%
Συμφωνώ Πολύ	46	60%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Λίγο”

«Θέλω το Antivirus να είναι διαδεδομένο, να έχει brand name»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	11	15%
Διαφωνώ Λίγο	10	13%
Συμφωνώ Λίγο	33	43%
Συμφωνώ Πολύ	22	29%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Λίγο”

«Θέλω το Antivirus μου να είναι το πιο αποτελεσματικό»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	2	2%
Διαφωνώ Λίγο	2	3%
Συμφωνώ Λίγο	20	27%
Συμφωνώ Πολύ	51	68%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Πολύ”

«Ένα Antivirus πρέπει να είναι απλό στην χρήση του»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	1	1%
Διαφωνώ Λίγο	2	3%
Συμφωνώ Λίγο	12	16%
Συμφωνώ Πολύ	62	80%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Πολύ”

«Θέλω το Antivirus να μην επιβαρύνει τον υπολογιστή»

	Άτομα	Ποσοστό
Διαφωνώ	0	0%
Διαφωνώ Λίγο	2	3%
Συμφωνώ Λίγο	7	9%
Συμφωνώ Πολύ	68	88%

Άποψη για την παραπάνω πρόταση “Συμφωνώ Πολύ”

18. Πόσο συχνά ελέγχετε την εφαρμογή του λογισμικού ασφαλείας (Antivirus) για δυσλειτουργίες ;

	Άτομα	Ποσοστό
Σπάνια	34	44%
Μία φορά τον μήνα	22	29%
Δύο φορές τον μήνα	10	13%
Τρεις φορές τον μήνα	0	0%
Κάθε 5 ημέρες	8	10%
Κάθε 2 ημέρες	0	0%
Μία φορά την ημέρα	3	4%

Μέση συχνότητα ενημέρωσης “Κάθε 28 ημέρες”

19. Πόσο συχνά τον τελευταίο χρόνο αντιμετωπίσατε δυσλειτουργίες με τον υπολογιστή σας λόγω ενός κακόβουλου λογισμικού-ιού ;

	Άτομα	Ποσοστό
Ποτέ	24	31%
Σπάνια	39	50%
Συχνά	13	17%
Πολύ Συχνά	2	2%

Μέση συχνότητα δυσλειτουργιών τον τελευταίο χρόνο “Σπάνια ”

20. Έχετε επικοινωνήσει ποτέ με την εταιρία του Antivirus που χρησιμοποιείτε;

	Άτομα	Ποσοστό
Ναι	5	6%
Όχι	72	94%

21. Πόσο ικανοποιητική θα χαρακτηρίζατε την ποιότητα εξυπηρέτησης ;

	Άτομα	Ποσοστό
Καθόλου ικανοποιητική	0	0%
Λίγο ικανοποιητική	0	0%
Μέτρια ικανοποιητική	2	40%
Πολύ ικανοποιητική	2	40%
Πάρα Πολύ ικανοποιητική	1	20%

22. Ποια από τα παρακάτω Antivirus γνωρίζετε, χρησιμοποιείτε, έχετε δοκιμάσει στο παρελθόν ή επιθυμείτε να δοκιμάσετε στο μέλλον ;

Δημοφιλέστερο Antivirus το “Avast Free”.

Antivirus	Γνωρίζω	Ποσοστό
Avast Free	26	34%
AVG	20	26%
Avira	16	21%
Bitdefender	8	11%
Escan	11	15%
ESET Nod32	17	22%
F-secure	8	11%
G DATA	11	15%
K7 Antivirus	9	12%
Kaspersky	13	16%
McAfee	22	29%
Microsoft Essentials	19	25%
Panda	24	31%
Sophos	6	8%
Symantec Norton	18	23%
Trend Micro	8	11%
Άλλο		

Antivirus το οποίο θέλουν να δοκιμάσουν οι περισσότεροι “Microsoft Essentials”

Antivirus	Θέλω να δοκιμάσω	Ποσοστό
Avast Free	3	4%
AVG	4	6%
Avira	6	8%
Bitdefender	7	9%
Escan	7	9%
ESET Nod32	3	4%
F-secure	7	9%
G DATA	6	8%
K7 Antivirus	7	9%
Kaspersky	3	4%
McAfee	5	7%
Microsoft Essentials	8	11%
Panda	4	6%
Sophos	6	8%
Symantec Norton	4	6%
Trend Micro	4	6%
Άλλο		

Antivirus που έχουν δοκιμάσει οι περισσότεροι “McAfee”

Antivirus	Έχω δοκιμάσει	Ποσοστό
Avast Free	17	22%
AVG	14	18%
Avira	12	16%
Bitdefender	2	3%
Escan	0	0%
ESET Nod32	12	16%
F-secure	3	4%
G DATA	2	3%
K7 Antivirus	3	4%
Kaspersky	17	22%
McAfee	31	40%
Microsoft Essentials	7	9%
Panda	18	23%
Sophos	2	3%
Symantec Norton	23	30%
Trend Micro	3	4%
Άλλο	1	2%

Antivirus το οποίο χρησιμοποιούν οι περισσότεροι “Avast Free”

<b>Antivirus</b>	<b>Χρησιμοποιώ</b>	<b>Ποσοστό</b>
<b>Avast Free</b>	19	25%
<b>AVG</b>	10	13%
<b>Avira</b>	3	4%
<b>Bitdefender</b>	0	0%
<b>Escan</b>	0	0%
<b>ESET Nod32</b>	8	11%
<b>F-secure</b>	1	2%
<b>G DATA</b>	1	2%
<b>K7 Antivirus</b>	1	2%
<b>Kaspersky</b>	3	4%
<b>McAfee</b>	9	12%
<b>Microsoft Essentials</b>	8	11%
<b>Panda</b>	5	7%
<b>Sophos</b>	0	0%
<b>Symantec Norton</b>	10	13%
<b>Trend Micro</b>	0	0%
<b>Άλλο</b>	1	2%

23. Από πού πραγματοποιήθηκε η αγορά του Antivirus που χρησιμοποιείτε;

	Άτομα	Ποσοστό
Internet	51	71%
Κατάστημα	1	1%
Πολυκατάστημα	9	13%
Εταιριά Πληροφορικής	3	4%
Εγκατεστημένο	8	11%

Επικρατούσα τιμή το “Internet”

24. Πόσο κόστισε η αγορά του προϊόντος Antivirus ανά υπολογιστή ;

	Άτομα	Ποσοστό
Δωρεάν	47	64%
10 έως 20	1	1%
21-30	1	1%
31-40	4	6%
Πάνω από 41	6	8%
Δεν γνωρίζω	15	20%

Επικρατούσα τιμή “Δωρεάν”.

Μέση τιμή για αγορασμένο Antivirus για άτομα τα οποία γνωρίζουν το κόστος αγοράς “40€”.

25. Γνωρίζετε ότι η άδεια του Antivirus λήγει σε συγκεκριμένη ημερομηνία , συνήθως κάθε χρόνο;

	Άτομα	Ποσοστό
Ναι	67	87%
Όχι	10	13%

26. Θα κάνατε την αρχική αγορά του antivirus για περισσότερο από ένα χρόνο;

	Άτομα	Ποσοστό
Ναι	29	38%
Όχι	48	62%



27. Ανανεώσατε το τελευταίο Antivirus που χρησιμοποιήσατε, και σε ποιο χρονικό διάστημα;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Ναι, πριν την λήξη του</b>	34	46%
<b>1-7 μέρες μετά την λήξη</b>	11	15%
<b>8-30 μέρες μετά την λήξη</b>	8	11%
<b>1-2 μήνες μετά την λήξη</b>	2	3%
<b>2-4 μήνες μετά την λήξη</b>	6	8%
<b>Προτίμησα ένα Antivirus διαφορετικό</b>	6	8%
<b>Όχι, χρησιμοποιώ το ίδιο χωρίς ενημέρωση για νέους ιούς</b>	7	9%

Μέση ημερομηνία ανανέωσης, για όσους την πραγματοποίησαν μετά την λήξη του προϊόντος, “27 ημέρες μετά”

28. Θα αλλάζατε το Antivirus που χρησιμοποιείτε πριν την λήξη του;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Ναι, για πιο αποτελεσματικό</b>	51	65%
<b>Ναι, για πιο οικονομικό</b>	13	17%
<b>Όχι</b>	14	18%

Επικρατούσα τιμή “Ναι, για πιο αποτελεσματικό”

29. Στην επόμενη αγορά σας για ποίον/ποιούς από τους παρακάτω λόγους θα επιλέγατε ένα διαφορετικό από το δικό σας πρόγραμμα ασφαλείας;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Δεν είμαι ικανοποιημένος/ή με το υπάρχων</b>	31	40%
<b>Θέλω να δοκιμάσω κάτι διαφορετικό</b>	20	26%
<b>Έχω πρόβλημα με ιούς</b>	16	20%
<b>Αναζητώ κάτι πιο οικονομικό</b>	11	14%

Επικρατούσα τιμή “Δεν είμαι ικανοποιημένος/ή με το υπάρχων”

30. Θα αφήνατε τον υπολογιστή σας χωρίς προστασία antivirus;

	Άτομα	Ποσοστό
<b>Ναι, για 1 μήνα</b>	15	20%
<b>Ναι, για 1-3 μήνες</b>	3	4%
<b>Ναι, για 3-6 μήνες</b>	2	3%
<b>Ναι, για 6-12 μήνες</b>	7	9%
<b>Όχι</b>	49	64%

Μέσος χρόνος για υπολογιστή χωρίς Antivirus “40 Ημέρες”

31. Αν σας έδιναν δωρεάν μία δοκιμαστική άδεια Antivirus για 3 μήνες, θα την χρησιμοποιούσατε ;

	Άτομα	Ποσοστό
Σίγουρα Όχι	7	9%
Μάλλον Όχι	14	18%
Μάλλον Ναι	35	46%
Σίγουρα Ναι	21	27%

Μέση τιμή για την χρήση δωρεάν άδειας “Μάλλον Ναι”

32. Έχετε κερδίσει κάποιο Antivirus από διαγωνισμό και ποιό ήταν αυτό;  
Ονομασία Antivirus \_\_\_\_\_

	Άτομα	Ποσοστό
Ναι, δεν έμεινα ικανοποιημένος	0	0%
Έμεινα λίγο ικανοποιημένος	0	0%
Έμεινα ικανοποιημένος	0	0%
Έμεινα ικανοποιημένος και το αγόρασα	9	12%
Όχι	67	88%

Επικρατούσα τιμή “Όχι”

33. Θεωρείτε ότι τα προϊόντα Antivirus που χαρίζονται σε διαγωνισμούς είναι:

	Άτομα	Ποσοστό
Μη εμπορικά	3	4%
Όχι τόσο καλά σε ποιότητα	19	26%
Υποδεέστερα σε αποδόσεις από τα άλλα Antivirus	12	16%
Τα ίδια με αυτά του εμπορίου	40	54%
Καλύτερα από του εμπορίου	0	0%

Επικρατούσα τιμή “Ιδια με του εμπορίου”

## Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Ερωτηματολογίου

### 1. Φύλο

	Άτομα	Ποσοστό
Άνδρας	36	46%
Γυναίκα	42	54%

### 2. Ηλικία

	Άτομα	Ποσοστό
6 -18	0	0%
19-23	19	24%
24-29	40	51%
30-35	10	13%
36-39	3	4%
40-49	3	4%
50-59	2	3%
Πάνω από 60	1	1%

Μέσος όρος ηλικίας “28 χρονών”

### 3. Επίπεδο εκπαίδευσης

	Άτομα	Ποσοστό
Γυμνάσιο	1	1%
Λύκειο	15	19%
Πανεπιστήμιο	48	62%
Μεταπτυχιακός Τίτλος	14	18%

Επικρατούσα τιμή Εκπαίδευσης “Πανεπιστήμιο ”

#### 4. Κατηγορία σπουδών

	Άτομα	Ποσοστό
Πληροφορική / Τηλεπικοινωνίες	15	18%
Οικονομικά / Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων	13	16%
Ανθρωπιστικές, Κοινωνικές & Πολιτικές Επιστήμες	12	14%
ΙΑτρική / Υγεία / Ομορφιά	8	10%
Τέχνες	7	8%
Νομική	6	7%
Επιστήμες Γης & Περιβάλλοντος	3	4%
Επιστήμες Μηχανικών	3	4%
Φιλολογικά / Λογοτεχνία	3	4%
Αρχιτεκτονική/Πολεοδομία	2	2%
Επιστήμη Αθλητισμού	2	2%
Μαθηματικά / Στατιστική	2	2%
ΜΜΕ / Επικοινωνία	2	2%
Τουριστικές επιχειρήσεις	2	2%
Φυσικές Επιστήμες	2	2%
Στρατιωτικές & Αστυνομικές Σχολές	1	1%
Γεωπονία / Αγρονομία	0	0%

Επικρατούσα κατηγορία σπουδών “Πληροφορική/ Τηλεπικοινωνίες”

5. Τομέας εργασίας

	Άτομα	Ποσοστό
Άνεργος	18	23%
Διαφήμιση/Δημ. Σχες./Promotion	6	8%
Νομικά	5	7%
Τουρισμός/Ξενοδοχεία/Εστιατόρια	5	7%
Υγεία/Φαρμακευτικά	5	7%
Επιχειρηματικότητα/ Franchising	4	6%
Πληροφορική / Τηλεπικοινωνίες	4	6%
Αισθητική	3	4%
Εκπαιδευτικοί	3	4%
Πολιτιστικά / Τέχνες	3	4%
Πωλήσεις	3	4%
Τράπεζες Χρηματιστήριο	3	4%
Ανθρώπινο Δυναμικό	2	3%
Ασφάλειες	2	3%
Εθελοντικές Εργασίες	2	3%
Μηχανικοί	2	3%
Σύμβουλοι Επιχειρήσεων	2	3%
Τεχνικοί-Συντηρητές	2	3%
Ανώτατη Διοίκηση	1	2%
Γραμματ. Υποστήριξη	1	2%
Έρευνας & Ανάπτυξης	1	2%
Καταστήματα Λιανικής	1	2%
Λογιστήριο	1	2%
MME	1	2%
Υποστηρικτικοί Υπάλληλοι	1	2%

Επικρατής τομέας απασχόλησης “ Διαφήμιση/Δημόσιες Σχέσεις / Promotion”

## 5. Παράρτημα- Ερωτηματολόγιο



Πανεπιστήμιο Πειραιά  
Τμήμα Ψηφιακών Συστημάτων

### **Ερωτηματολόγιο με θέμα: "Ασφάλεια στο διαδίκτυο"**

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί αφορά τον προβληματισμό μας σχετικά με την ασφάλεια στην χρήση του διαδικτύου από τον οικιακό χρήστη. Σκοπός μας είναι να μελετήσουμε τις απειλές οι οποίες μπορούν να βλάψουν τον υπολογιστή του.

Η κρίση σας από την πλευρά των συμμετεχόντων θα φανεί πολύ χρήσιμη για να μπορέσουμε να αντιμετωπίσουμε τους κινδύνους και να βρούμε τρόπους προστασίας των χρηστών του διαδικτύου.

Η συμπλήρωση του Ερωτηματολογίου διαρκεί περίπου 10 λεπτά και είναι ανώνυμη. Οι απαντήσεις σας θα συμβάλουν σημαντικά στην ολοκλήρωση της διπλωματικής μου εργασίας στο Πανεπιστήμιο Πειραιά.

*Ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας*

Σημειώστε με ✓ την απάντησή σας για κάθε μια από τις παρακάτω ερωτήσεις

1. Πόση χρήση του υπολογιστή σας κάνετε καθημερινά;  
 Καθόλου    Πολύ λίγο    Λίγο    Πολύ    Πάρα πολύ
2. Πόσα άτομα χρησιμοποιούν τον υπολογιστή στο σπίτι σας?  
 1-2    3-4    Πάνω από 4
3. Πόσοι υπολογιστές υπάρχουν στο σπίτι;  
 1    2    3-4    Πάνω από 4
4. Τι ταχύτητα σύνδεσης έχετε στον υπολογιστή σας;  
 Dial-up Modem    Σύνδεση ISDN    Σύνδεση DSL  
 Άλλη ευζωνική    Δεν γνωρίζω
5. Πόσο οικεία νιώθετε με την χρήση του υπολογιστή;  
 Καθόλου    Πολύ λίγο    Λίγο    Πολύ    Πάρα πολύ
6. Πόσο ασφαλής νιώθετε με την περιήγηση στο διαδίκτυο για εσάς και την οικογένεια σας;  
 Καθόλου    Λίγο    Μέτρια    Πολύ    Πάρα πολύ
7. Αποθηκεύετε στον υπολογιστή σας ηλεκτρονικά δεδομένα/αρχεία τα οποία θεωρείτε σημαντικά ή απόρρητα;  
 Ναι    Όχι
8. Αξιολογήστε την αίσθηση απειλής που νιώθετε στο διαδίκτυο χρησιμοποιώντας τον υπολογιστή σας;  

	Μικρή	Μέτρια	Μεγάλη	Πολύ
Μεγάλη				
• Υποκλοπή κωδικών του email	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Παραβίαση προσωπικών δεδομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυσλειτουργία Η/Υ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Πόσο πιθανό θεωρείτε να προκύψουν οι παρακάτω κίνδυνοι στον υπολογιστή σας σε σχέση με την :

	Καθόλου	Λίγο	Πολύ	Πάρα πολύ
• Υποκλοπή κωδικών του email σας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Παραβίαση προσωπικών δεδομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυσλειτουργία Η/Υ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Τι μεγέθους ζημιά μπορεί να προκληθεί από ένα κακόβουλο λογισμικό;

	Πολύ μικρή	Μικρή	Μέτρια	Μεγάλη
• Υποκλοπή κωδικών του email σας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή κωδικών πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Υποκλοπή προσωπικών αρχείων του υπολογιστή σας	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Παραβίαση προσωπικών δεδομένων	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Δυσλειτουργία Η/Υ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Από ποιες πηγές ενημερώνεστε για την αγορά ενός αντιβιοτικού προγράμματος; Επιλέξτε έως 2 απαντήσεις.

- Άρθρα σε έντυπα περιοδικά       Άρθρα σε ηλεκτρονικά έντυπα
- Blogs, forums       Από φίλους/συναδέλφους       Άλλο \_\_\_\_\_

12. Πόσο συχνά ενημερώνεστε από τα παραπάνω μέσα;

- Σπάνια       Μάλλον συχνά       Συχνά       Πολύ συχνά

13. Χρησιμοποιείτε κάποιο λογισμικό ασφαλείας (Antivirus) για την αποτροπή κακόβουλου προγράμματος που μπορεί να προξενήσει ζημιά στον υπολογιστή και στα δεδομένα που περιέχει;

- Ναι       Όχι

14. Αν χρησιμοποιείτε λογισμικό ασφαλείας (Antivirus), αυτό είναι:

- Εμπορικό προϊόν       Δωρεάν προϊόν



15. Για ποιόν λόγο θα επιλέγατε ένα λογισμικό ασφαλείας (Antivirus) το οποίο παρέχεται δωρεάν;

- Οικονομία                       Εμφανίστηκε στο διαδίκτυο και το κατέβασα  
 Μου το συνέστησαν             Είναι το ίδιο αποτελεσματικά με τα εμπορικά  
 Είναι καλύτερο από τα εμπορικά  
 Κάτι άλλο \_\_\_\_\_

16. Πόσο σας επηρεάζει καθένα από τα παρακάτω κριτήρια για την επιλογή ενός λογισμικού ασφαλείας;

	Πολύ Λίγο	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα Πολύ
• Διαφήμιση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Σύσταση από συνάδελφο/φίλο	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Σύσταση από τον πωλητή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Διαθεσιμότητα στο κατάστημα	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ελκυστική τιμή	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Αναγνωρισμένο Brand Name	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17. Παρακαλώ εκφράστε την άποψη σας για τις παρακάτω προτάσεις:

	Διαφωνώ Πολύ	Διαφωνώ Λίγο	Συμφωνώ Λίγο	Συμφωνώ Πολύ
• «Κάθε υπολογιστής οφείλει να έχει ένα πρόγραμμα ασφαλείας»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• «Θέλω να έχω άμεση τεχνική υποστήριξη σχετικά με την λειτουργία του Antivirus»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• «Θέλω το Antivirus αν είναι διαδεδομένο, να έχει brand name»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• «Θέλω το Antivirus μου να είναι το πιο αποτελεσματικό»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• «Ένα Antivirus πρέπει να είναι απλό στην χρήση του»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• «Θέλω το Antivirus να μην επιβαρύνει τον υπολογιστή»	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18. Πόσο συχνά ελέγχετε την εφαρμογή του λογισμικού ασφαλείας (Antivirus) για δυσλειτουργίες ;

- Σπάνια
- Μία φορά τον μήνα
- Δύο φορές τον μήνα
- Τρεις φορές τον μήνα
- Κάθε 5 μέρες
- Κάθε 2 μέρες
- Μία φορά την ημέρα

19. Πόσο συχνά τον τελευταίο χρόνο αντιμετωπίσατε δυσλειτουργίες με τον υπολογιστή σας λόγω ενός κακόβουλου λογισμικού-ιού ;

- Ποτέ
- Σπάνια
- Συχνά
- Πολύ συχνά

20. Έχετε επικοινωνήσει ποτέ με την εταιρία του Antivirus που χρησιμοποιείτε;

- Ναι
- Όχι

21. Πόσο ικανοποιητική θα χαρακτηρίζατε την ποιότητα εξυπηρέτησης ;

- Καθόλου ικανοποιητική
- Λίγο ικανοποιητική
- Μέτρια ικανοποιητική
- Πολύ ικανοποιητική
- Πάρα πολύ ικανοποιητική

22. Ποια από τα παρακάτω Antivirus γνωρίζετε, χρησιμοποιείτε, έχετε δοκιμάσει στο παρελθόν ή επιθυμείτε να δοκιμάσετε στο μέλλον ;

Γνωρίζω Χρησιμοποιώ Έχω δοκιμάσει Θέλω να δοκιμάσω

	Γνωρίζω	Χρησιμοποιώ	Έχω δοκιμάσει	Θέλω να δοκιμάσω
Avast Free	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
AVG	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avira	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bitdefender	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ESET Nod32	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F-secure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G DATA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K7 Antivirus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kaspersky	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
McAfee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Microsoft Essentials	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Panda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sophos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Symantec Norton	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trend Micro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Άλλο _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Από πού πραγματοποιήθηκε η αγορά του Antivirus που χρησιμοποιείτε;

- Μέσω ίντερνετ
- Από συνοικιακό κατάστημα
- Από πολυκατάστημα ηλεκτρονικών/ηλεκτρικών ειδών
- Από εταιρία πληροφορικής η οποία μου προσφέρει την τεχνική υποστήριξη
- Ήταν εγκατεστημένο στον νέο μου υπολογιστή

24. Πόσο κόστισε η αγορά του προϊόντος Antivirus ανά υπολογιστή ;

- Δωρεάν
- 10-20€
- 21-30€
- 31-40€
- Πάνω από 41€
- Δεν γνωρίζω

25. Γνωρίζετε ότι η άδεια του Antivirus λήγει σε συγκεκριμένη ημερομηνία , συνήθως κάθε χρόνο;

Ναι  Όχι

26. Θα κάνατε την αρχική αγορά του antivirus για περισσότερο από ένα χρόνο;

Ναι  Όχι

27. Ανανεώσατε το τελευταίο Antivirus που χρησιμοποιήσατε, και σε ποιο χρονικό διάστημα;

Ναι, πριν την λήξη του  1-7 ημέρες μετά την λήξη  
 8-30 ημέρες μετά την λήξη  1-2 μήνες μετά την λήξη  
 2-4 μήνες μετά την λήξη  Προτίμησα ένα Antivirus διαφορετικό  
 Όχι , χρησιμοποιώ το ίδιο χωρίς ενημέρωση για νέους ιούς

28. Θα αλλάζατε το Antivirus που χρησιμοποιείτε πριν την λήξη του;

Ναι, αν δεν ήταν αποτελεσματικό  
 Ναι, αν πλησίαζε η λήξη του και έβρισκα κάποιο πιο οικονομικό  
 Όχι

29. Στην επόμενη αγορά σας για ποίον/ποιούς από τους παρακάτω λόγους θα επιλέγατε ένα διαφορετικό από το δικό σας πρόγραμμα ασφαλείας;

Θέλω να δοκιμάσω κάτι διαφορετικό  
 Δεν είμαι ικανοποιημένος/ή με το υπάρχον  
 Έχω προβλήματα με ιούς  
 Αναζητώ κάτι πιο οικονομικό

30. Θα αφήνατε τον υπολογιστή σας χωρίς προστασία antivirus;

Ναι, για 1 μήνα  Ναι, για 1-3 μήνες  
 Ναι, για 3-6 μήνες  Ναι, για 6-12 μήνες  Όχι

31. Αν σας έδιναν δωρεάν μία δοκιμαστική άδεια Antivirus για 3 μήνες, θα την χρησιμοποιούσατε ;

Σίγουρα Όχι  Μάλλον Όχι  Μάλλον Ναι  Σίγουρα Ναι

32. Έχετε κερδίσει κάποιο Antivirus από διαγωνισμό και ποιό ήταν αυτό;

Όνομασία Antivirus \_\_\_\_\_

- Ναι , δεν έμεινα ικανοποιημένος  Έμεινα λίγο ικανοποιημένος
- Έμεινα ικανοποιημένος
- Έμεινα πολύ ικανοποιημένος και το αγόρασα στην συνέχεια
- Όχι

33. Θεωρείτε ότι τα προϊόντα Antivirus που χαρίζονται σε διαγωνισμούς είναι:

- Μη εμπορικά  Όχι τόσο καλά σε ποιότητα
- Υποδεέστερα σε αποδόσεις από άλλα Antivirus
- Τα ίδια με αυτά του εμπορίου
- Καλύτερα από του εμπορίου

### Δημογραφικά Χαρακτηριστικά

1. Φύλο :  Άνδρας  Γυναίκα
2. Ηλικία :  6-18  19-23  24-29  30-35  
 36-39  40-49  50-59  Πάνω από 60
3. Επίπεδο εκπαίδευσης:
- Δημοτικό  Γυμνάσιο  Λύκειο  
 Πανεπιστήμιο  Μεταπτυχιακός Τίτλος
4. Κατηγορία Σπουδών:
- Ανθρωπιστικές, Κοινωνικές & Πολιτικές Επιστήμες  
 Αρχιτεκτονική/Πολιοδομία  
 Γεωπονία / Αγρονομία  
 Επιστήμες Γης & Περιβάλλοντος  
 Επιστήμες Μηχανικών  
 Επιστήμη Αθλητισμού  
 Ιατρική / Υγεία / Ομορφιά  
 Μαθηματικά / Στατιστική  
 ΜΜΕ / Επικοινωνία  
 Νομική  
 Οικονομικά / Οργάνωση & Διοίκηση Επιχειρήσεων  
 Πληροφορική / Τηλεπικοινωνίες  
 Στρατιωτικές & Αστυνομικές Σχολές  
 Τέχνες  
 Τουριστικές επιχειρήσεις  
 Φιλολογικά / Λογοτεχνία  
 Φυσικές Επιστήμες

## 5. Τομέας Εργασίας

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Άνεργος                         | <input type="checkbox"/> Οικιακά                         |
| <input type="checkbox"/> Marketing/Έρευνα Αγοράς         | <input type="checkbox"/> Αγορές/Προμήθειες               |
| <input type="checkbox"/> Αγροτικά                        | <input type="checkbox"/> Αισθητική                       |
| <input type="checkbox"/> Ανθρώπινο Δυναμικό              | <input type="checkbox"/> Ανώτατη Διοίκηση                |
| <input type="checkbox"/> Αποθήκη-Logistics               | <input type="checkbox"/> Ασφάλειες                       |
| <input type="checkbox"/> Γραμματ. Υποστήριξη             | <input type="checkbox"/> Δημιουργικό Τμήμα               |
| <input type="checkbox"/> Εκπαιδευτικοί                   | <input type="checkbox"/> Διοίκηση Επιχειρήσεων           |
| <input type="checkbox"/> Διαφήμιση/Δημ. Σχες./Promotion  | <input type="checkbox"/> Εθελοντικές Εργασίες            |
| <input type="checkbox"/> Επιχειρηματικότητα/ Franchising | <input type="checkbox"/> Real Estate                     |
| <input type="checkbox"/> Έρευνας & Ανάπτυξης             | <input type="checkbox"/> Καταστήματα Λιανικής            |
| <input type="checkbox"/> Λογιστήριο                      | <input type="checkbox"/> Μεταφορές/Διανομές              |
| <input type="checkbox"/> Μηχανικοί                       | <input type="checkbox"/> ΜΜΕ                             |
| <input type="checkbox"/> Ναυτιλιακά                      | <input type="checkbox"/> Νομικά                          |
| <input type="checkbox"/> Παραγωγή                        | <input type="checkbox"/> Πληροφορική / Τηλεπικοινωνίες   |
| <input type="checkbox"/> Πολιτιστικά / Τέχνες            | <input type="checkbox"/> Πωλήσεις                        |
| <input type="checkbox"/> Σύμβουλοι Επιχειρήσεων          | <input type="checkbox"/> Τεχνικοί-Συντηρητές             |
| <input type="checkbox"/> Διαχείρισης Ποιότητας           | <input type="checkbox"/> Τουρισμός/Ξενοδοχεία/Εστιατόρια |
| <input type="checkbox"/> Τράπεζες Χρηματιστήριο          | <input type="checkbox"/> Υγεία/Φαρμακευτικά              |
| <input type="checkbox"/> Υποστηρικτικοί Υπάλληλοι        |  |

## Λεπτομέρειες επιστροφής ερωτηματολογίου

Κατόπιν συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, παρακαλώ όπως το επιστρέψτε στο πρόσωπο το οποίο σας το έδωσε.

Σας ευχαριστώ για τον χρόνο σας

## Βιβλιογραφική επισκόπηση

1. K. Aytes and T. Conolly, "A Research Model for Investigating Human Behavior Related to Computer Security," in Proceedings of the 9th Americas Conference on Information Systems, Tampa, FL, August 2003. [Online].
2. [http://www.av-comparatives.org/images/stories/test/performance/performance\\_dec\\_2010.pdf](http://www.av-comparatives.org/images/stories/test/performance/performance_dec_2010.pdf)
3. [http://www.observatory.gr/files/meletes/Y14EEU\\_A100312\\_TX\\_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB%20%CF%87%CF%81%CE%B7%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD%20Internet.pdf](http://www.observatory.gr/files/meletes/Y14EEU_A100312_TX_%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%86%CE%AF%CE%BB%20%CF%87%CF%81%CE%B7%CF%83%CF%84%CF%8E%CE%BD%20Internet.pdf)
4. [http://www.statistics.gr/gr\\_tables/S1101\\_SAP\\_1\\_TB\\_DC\\_01\\_03\\_Y.pdf](http://www.statistics.gr/gr_tables/S1101_SAP_1_TB_DC_01_03_Y.pdf)
5. CNNMoney, "Home PCs not so Safe?" <http://money.cnn.com/2004/10/25/technology>, 2004,
6. Aytes, K. and Connelly T., "Computer security and risky computing practices: A rational choice perspective," *Journal of Organizational and End User Computing*, (16:3), 2004, pp. 22-40
7. Janowski, W., "Demand for IT security pros growing fast," *PC Magazine*, <http://www.pcmag.co.uk/print/1159247.2004>
8. EMPIRICAL STUDY OF STUDENTS' COMPUTER SECURITY PRACTICES/PERCEPTIONS Faye P Teer; S E Kruck; Gregory P Kruck *The Journal of Computer Information Systems*; Spring 2007; 47, 3; ABI/INFORM Global pg. 105
9. S. Furnell, P. Bryant, and A. Phippen, "Assessing the Security Perceptions of Personal Internet Users," *Computers & Security*, vol. 26, no. 5, pp. 410–417, August 2007.
10. P. Bryant, S. Furnell, and A. Phippen, *Advances in Networks, Computing and Communications 4*. University of Plymouth, April 2008, ch. Improving Protection and Security Awareness Amongst Home Users.
11. S. Furnell, P. Bryant, and A. Phippen, "Assessing the Security Perceptions of Personal Internet Users," *Computers & Security*, vol. 26, no. 5, pp. 410–417, August 2007.
12. <http://www.opswat.com/about/media/reports/antivirus-june-2012>
13. [http://www.weeklytelecom.gr/?action=newsletter&disp\\_issue=292](http://www.weeklytelecom.gr/?action=newsletter&disp_issue=292)
14. [http://www.observatory.gr/files/meletes/12\\_broadband\\_report\\_b10.pdf](http://www.observatory.gr/files/meletes/12_broadband_report_b10.pdf)
15. <http://www.ethnos.gr/article.asp?catid=22768&subid=2&pubid=63666788>