



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**

**Στη Λογιστική και Ελεγκτική**



**Διπλωματική Εργασία**

**«ΔΙΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΗΝ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ  
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»**

**Τσόλα Θεοδώρα του Αχιλλεύς**

**Επιβλέπων Καθηγητής: Παπαδάμου Στέφανος**

**Καθηγητής στο τμήμα Οικονομικών Επιστημών**

**ΒΟΛΟΣ 2023**

## **ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ ΠΡΩΤΟΤΥΠΙΑΣ**

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής διπλωματικής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του Διατμηματικού Προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών στην «Λογιστική και Ελεγκτική» Τμήματα Οικονομικών Επιστημών-Χρηματοοικονομικής και Λογιστικής, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας, Βόλος 2023.

Η Δηλούσα

Τσόλα Θεοδώρα

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

Αρχικά θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας, κύριο Παπαδάμου Στέφανο, για την επιστημονική καθοδήγηση, την βοήθεια και την ενασχόληση που επέδειξε σε όλη την διάρκεια της συνεργασίας μας.

Επίσης, οφείλω να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην οικογένεια μου και στους φίλους μου οι οποίοι με αγάπη, υπομονή και παρότρυνση είναι δίπλα μου σε κάθε βήμα της ζωής μου.

## Περιεχόμενα

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ</b> .....	6
<b>ABSTRACT</b> .....	7
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b> .....	8
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	8
1.1. Συνοπτική παρουσίαση του θέματος .....	8
1.2. Σκοπός, στόχοι και μεθοδολογία της ερευνητικής εργασίας.....	9
1.3. Συμβολή της εργασίας στην πρωτοτυπία της έρευνας .....	10
1.4. Δομή της εργασίας .....	11
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b> .....	12
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ</b> .....	12
2.1. Σημασιολογική προσέγγιση του όρου της ηλεκτρονικής τραπεζικής ( <i>e-banking</i> ) .....	12
2.2. Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής .....	14
2.3. Είδη ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών.....	16
2.4. Νομοθετικές ρυθμίσεις για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές .....	18
2.5. Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής.....	19
2.5.1. Πλεονεκτήματα για τους πελάτες .....	19
2.5.2. Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες .....	20
2.5.3. Μειονεκτήματα για τους πελάτες .....	21
2.5.4. Μειονεκτήματα για τις τράπεζες .....	22
2.6. Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών .....	23
2.7. Η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα.....	25
2.7.1. Διεθνής οικονομική ύφεση .....	25
2.7.2. Εφαρμογή των κεφαλαιακών περιορισμών ( <b>Capital controls</b> ) ....	26

2.7.3. Οι φορολογικές ελαφρύνσεις του νόμου 4446/2016 .....	27
2.7.4. Η υγειονομική κρίση.....	28
2.8. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών.....	29
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 .....</b>	<b>35</b>
<b>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ .....</b>	<b>35</b>
3.1. Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα.....	35
3.2. Κριτήρια συμμετοχής και αποκλεισμού από την έρευνα.....	35
3.3. Διαδικασία και εργαλείο συλλογής δεδομένων .....	36
3.3.1. Ερωτηματολόγιο δημογραφικών χαρακτηριστικών .....	36
3.3.2. Ενότητα εκτίμησης στάσεων ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.....	36
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4.....</b>	<b>38</b>
<b>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ</b> .....	<b>38</b>
4.1. Ανάλυση δεδομένων .....	38
4.2. Περιγραφική Στατιστική .....	39
4.2.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων.....	39
4.2.2. Ανάλυση απόψεων των καταναλωτών ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.....	42
4.3. Επαγωγική στατιστική.....	46
4.3.1. Ανάλυση κανονικής κατανομής .....	46
4.3.2. Συσχετίσεις ποσοτικών μεταβλητών.....	47
4.3.3. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών.....	48
4.3.4. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών .....	50
4.3.5. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για τις ώρες αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές .....	52

<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</b> .....	53
<b>ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</b> .....	53
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</b> .....	60
<b>ΟΦΕΛΗ, ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ</b>	60
<i>6.1. Οφέλη και περιορισμοί</i> .....	60
<i>6.2. Προτάσεις για νέες έρευνες</i> .....	61
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</b> .....	64

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εκπόνηση της διπλωματικής εργασίας «*Διερευνώντας την υιοθέτηση των ηλεκτρονικών πληρωμών στην Ελλάδα*» διενεργείται μέσα στα πλαίσια του Δια-Τμηματικού Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Λογιστική και Ελεγκτική του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Σκοπό του συγκεκριμένου πονήματος αποτελεί η διερεύνηση της υιοθέτησης της τακτικής των ηλεκτρονικών υπηρεσιών στην Ελλάδα. Ειδικότερα, στο θεωρητικό μέρος προσεγγίζεται η έννοια της ηλεκτρονικής τραπεζικής, οι υπηρεσίες που προσφέρει, τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματά της, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ευρύτερη ή όχι χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Στο ερευνητικό μέρος, με τη βοήθεια ενός ερωτηματολογίου διερευνάται το κατά πόσο οι Έλληνες χρήστες τραπεζικών υπηρεσιών είναι εξοικειωμένοι με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και κατά πόσο στηρίζεται σε αυτές η Ελληνική Οικονομία.

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες προέκυψαν από την προσπάθεια των τραπεζών να χρησιμοποιήσουν την εξέλιξη της τεχνολογίας για την κάλυψη των αναγκών των πελατών τους. Τα οφέλη της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι πολλαπλά και γι' αυτό απαιτείται να εξοικειωθούν όλοι οι χρήστες και να αξιοποιήσουν τις ευκολίες που παρέχει.

Από την έρευνα που διενεργήθηκε προέκυψε ότι οι καταναλωτές, αν και βρίσκουν ιδιαίτερα απλοποιημένη τη διαδικασία την ηλεκτρονικής πληρωμής, δείχνουν επιφυλακτικοί στη χρήση της, κάτι που πηγάζει από την ελλιπή ενημέρωση. Ωστόσο, λόγω ειδικών συνθηκών (οικονομική κρίση, πανδημία κ.λπ.) οι καταναλωτές στράφηκαν περισσότερο στις ηλεκτρονικές συναλλαγές δείχνοντας προθυμία να αξιοποιήσουν τα πολλαπλά τους οφέλη.

*Λέξεις-κλειδιά:* ηλεκτρονικές πληρωμές, ηλεκτρονική τραπεζική, Ελληνική Οικονομία, τραπεζικά ιδρύματα, χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί

## **ABSTRACT**

The preparation of the diploma thesis "*Investigating the adoption of electronic payments in Greece*" is carried out within the framework of the Inter-Departmental Master's Program in Accounting and Auditing of the University of Thessaly.

The purpose of this specific work is to investigate the adoption of electronic services in Greece. In particular, the theoretical part approaches the concept of electronic banking, the services it offers, its disadvantages and advantages, the factors that influence the wider use or not of electronic banking services. In the research part, with the help of a questionnaire, it is investigated to what extent the Greek users of banking services are familiar with electronic transactions and to what extent the Greek Economy is based on them.

Online banking services emerged from banks' attempt to use the development of technology to meet the needs of their customers. The benefits of electronic banking are multiple and that is why it is required that all users familiarize themselves with it and take advantage of the facilities it provides.

From the research carried out, it emerged that consumers, although they find the electronic payment process particularly simplified, are wary of its use, which stems from insufficient information. However, due to special circumstances (financial crisis, pandemic, etc.) consumers turned more to electronic transactions, showing a willingness to take advantage of its multiple benefits.

*Keywords:* electronic payments, electronic banking, Greek Economy, banking institutions, financial organizations



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### *1.1. Συνοπτική παρουσίαση του θέματος*

Η σημερινή εποχή χαρακτηρίζεται από ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις σε όλα τα επίπεδα της ζωής του ανθρώπου προκαλώντας θεαματικές ανακατατάξεις. Η κοινωνία της πληροφορίας στην οποία ζούμε διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της καθημερινότητας του ανθρώπου. Οι σύγχρονες κοινωνίες χαρακτηρίζονται από καταίγισμο πληροφοριών που σε συνδυασμό με την αλματώδη ανάπτυξη της πληροφορικής έχει σαν αποτέλεσμα την μεταβολή της αντίληψης του ατόμου για την πραγματικότητα. Ο σύγχρονος άνθρωπος διαθέτει απεριόριστες δυνατότητες, απόρροια της μετατροπής ολοένα και περισσότερων δεδομένων σε ψηφιακά. Η νέα ψηφιακή πραγματικότητα που έχει αρχίσει να δημιουργείται έχει σημαντική επίδραση στον τρόπο σκέψης και δράσης των ατόμων προσφέροντας πληθώρα εργαλείων για την ικανοποίηση των κάθε είδους αναγκών τους (Kyrmizoglou & Daoultzoglou, 2019).

Από τις εξελίξεις αυτές δε θα μπορούσε να μείνει ανεπηρέαστος ο τραπεζικός κλάδος. Το χαμηλό κόστος και η εύκολη πρόσβαση των χρηστών μέσω διαδικτύου έχουν αυξήσει τον ανταγωνισμό στο χώρο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που επιδιώκουν την καθιέρωση εναλλακτικών δικτύων συναλλαγών για την καλύτερη λειτουργία των τραπεζών και την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Η υιοθέτηση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) γνωρίζει τις τελευταίες δεκαετίες μεγάλη εξάπλωση, καθώς όλο και περισσότεροι πολίτες δείχνουν εμπιστοσύνη στα ψηφιακά εργαλεία διευκολύνοντας την καθημερινότητά τους και εξοικονομώντας πολύτιμο χρόνο (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022).

Προς αυτή την κατεύθυνση ώθησε και η οικονομική κρίση που έπληξε τις οικονομίες πολλών κρατών μετά το 2008, ανάμεσά τους και την οικονομία της Ελλάδας, αναγκάζοντας τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς να εφαρμόσουν δράσεις και παρεμβάσεις για τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πολιτών και τη μείωση του κόστους των συναλλαγών διευρύνοντας τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών. Ειδικά για τη χώρα μας, κομβική ήταν και η απόφαση για τους ελέγχους κεφαλαίου το 2015, σε μια προσπάθεια να αντισταθμιστούν οι αρνητικές μακροοικονομικές συνθήκες της ύφεσης θέτοντας όρια στις μεταφορές κεφαλαίων.

Με αυτά τα δεδομένα παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση στη διείσδυση των ηλεκτρονικών μέσων πληρωμών στην ελληνική οικονομία, καθώς και σημαντική διεύρυνση στη χρήση ηλεκτρονικών καρτών πληρωμών από τους καταναλωτές, αλλαγές που διατηρήθηκαν και μετά τη χαλάρωση ή και την κατάργηση των κεφαλαιακών ελέγχων (Giannopoulos & Hyz, 2018; Danchev et al., 2020). Αξίζει να αναφερθεί και η καθοριστική συμβολή της έξαρσης της υγειονομικής κρίσης λόγω του Covid-19 στην περαιτέρω διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην ελληνική οικονομία και κοινωνία. Τα αυστηρά μέτρα που ελήφθησαν για τον περιορισμό των φυσικών αλληλεπιδράσεων και τη διατήρηση κοινωνικών αποστάσεων ώθησαν τους καταναλωτές να χρησιμοποιούν ακόμα περισσότερο ψηφιακά εργαλεία για τη διευθέτηση των οικονομικών τους υποχρεώσεων και τις τράπεζες να επικεντρώνονται στην κάλυψη των μεταβαλλόμενων αναγκών τους (Τζώρτζη, 2020).

### *1.2. Σκοπός, στόχοι και μεθοδολογία της ερευνητικής εργασίας*

Το σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών, λοιπόν, είναι ένα μέσο για την πραγματοποίηση συναλλαγών ή για την πληρωμή αγαθών και υπηρεσιών χωρίς τη χρήση επιταγών ή μετρητών. Τα συστήματα αυτά έχουν γνωρίσει μεγάλη αύξηση, τις τελευταίες δεκαετίες, λόγω των νέων τραπεζικών υπηρεσιών και της δυνατότητας αγορών μέσω Διαδικτύου. Αυτή η εξέλιξη μειώνει το ποσοστό των συναλλαγών που πραγματοποιούνται με τη χρήση επιταγών και μετρητών, παρέχοντας αυξημένες, βελτιωμένες και όλο και πιο ασφαλείς συναλλαγές πληρωμών στο διαδίκτυο (Singh et al., 2019). Ως εκ τούτου, καθώς οι ηλεκτρονικές συναλλαγές αποτελούν το μέσο πληρωμής όλο και περισσότερων συναλλαγών, είναι χρήσιμο να μελετηθούν τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών και η αποδοχή τους από τους Έλληνες καταναλωτές. Η μελέτη τους μπορεί να συμβάλει στην κατανόηση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων αυτών των μέσων, καθώς και των παραγόντων που επηρεάζουν την αποδοχή τους από τους Έλληνες καταναλωτές, ώστε να υπάρξουν περαιτέρω βελτιώσεις στην υιοθέτηση και τη χρήση τους.

Βάσει των ανωτέρω, σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η διερεύνηση του βαθμού υιοθέτησης των ηλεκτρονικών πληρωμών από το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Συγκεκριμένα, εξετάζεται κατά πόσον οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να χρησιμοποιήσουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από τα τραπεζικά ιδρύματα προς εξόφληση των υποχρεώσεών τους. Έτσι, διαμορφώνονται οι παρακάτω στόχοι:

1. Να προσδιοριστεί το ποσοστό των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες για τη διενέργεια πληρωμών.
2. Να διερευνηθεί η συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών.
3. Να εξεταστούν οι παράγοντες που πιθανόν να επιδρούν στην υιοθέτηση και στη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές.
4. Να διερευνηθούν οι παράγοντες που πιθανόν να επηρεάζουν αρνητικά τη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές.

Για την αποτελεσματικότερη διερεύνηση του θέματος της εργασίας, τη συλλογή στοιχείων και την εξαγωγή συμπερασμάτων κρίθηκε κατάλληλο να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο ένα ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο συντάχθηκε με στόχο την ποσοτική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν και αποτελείται από δύο μέρη: το πρώτο μέρος επιχειρεί να αναλύσει δημογραφικά στοιχεία του δείγματος που συμμετάσχει στην έρευνα (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο) και το δεύτερο μέρος περιέχει ερωτήσεις που στοχεύουν στη συλλογή στοιχείων σχετικά με το βαθμό αποδοχής των ηλεκτρονικών πληρωμών. Η ανάλυση του ερωτηματολογίου και των στοιχείων που περιέχονται σε αυτό μελετήθηκαν αριθμητικά τόσο με τη βοήθεια του προγράμματος λογιστικού φύλλου Excel, όσο και με τη βοήθεια και χρήση του στατιστικού προγράμματος SPSS, στόχος του οποίου αποτελεί η μελέτη της σχέσης μεταξύ της εφαρμογής της ηλεκτρονικής τραπεζικής και της συμπεριφοράς των καταναλωτών απέναντι στη χρήση αυτής.

### *1.3. Συμβολή της εργασίας στην πρωτοτυπία της έρευνας*

Τα στοιχεία και τα συμπεράσματα που θα παρατεθούν στη συγκεκριμένη εργασία έχουν σκοπό να συμβάλουν στη διαμόρφωση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας από τους καταναλωτές σχετικά με την ηλεκτρονική τραπεζική και τη χρήση της, τις δυνατότητες και τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η υιοθέτησή της τόσο για τους ίδιους όσο και για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, αλλά και τα μειονεκτήματα και τους κινδύνους που είναι δυνατόν να ενέχει.

Τα στοιχεία της εργασίας θα μπορούσαν να φανούν χρήσιμα και για τη συνέχιση των ερευνών σχετικά με τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές, καθώς η κατανόηση των πλεονεκτημάτων, των μειονεκτημάτων και των παραγόντων που επηρεάζουν την υιοθέτησή τους θα μπορούσε να αξιοποιηθεί, ώστε να υπάρξουν περαιτέρω βελτιώσεις στη λειτουργία των ηλεκτρονικών συστημάτων οικονομικών συναλλαγών.

#### *1.4. Δομή της εργασίας*

Προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι σκοποί που έχουν τεθεί, η παρούσα εργασία δομείται σε έξι (6) κεφάλαια.

Το 1<sup>ο</sup> Κεφάλαιο αποτελεί την Εισαγωγή της εργασίας, όπου παρατίθενται συνοπτικά το θεωρητικό υπόβαθρο του θέματος, όπως και οι στόχοι της έρευνας, αλλά και η μεθοδολογία που ακολουθείται.

Στο 2<sup>ο</sup> Κεφάλαιο περιλαμβάνεται η Βιβλιογραφική Ανασκόπηση του θέματος, όπου με τη χρήση πρόσφατων βιβλιογραφικών πηγών επιχειρείται η προσέγγιση της έννοιας της ηλεκτρονικής τραπεζικής εξυπηρέτησης. Αναλύονται οι τρόποι των ηλεκτρονικών συναλλαγών και ηλεκτρονικών πληρωμών, διερευνώνται τα πλεονεκτήματα και οι δυνατότητες που προσφέρονται από τη χρήση τους, όπως επίσης και οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν για την ασφάλεια στην παροχή τραπεζικών υπηρεσιών μέσω διαδικτύου. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται για το βαθμό διείσδυσης των ηλεκτρονικών τρόπων πληρωμών στην ελληνική κοινωνία και οικονομία.

Στο 3<sup>ο</sup> Κεφάλαιο παρατίθεται εκτενώς η Μεθοδολογία Έρευνας που ακολουθήθηκε, προκειμένου να συγκεντρωθούν τα απαραίτητα στοιχεία και να αναλυθούν κατάλληλα, ώστε να εξαχθούν αντίστοιχα συμπεράσματα για το υπό διερεύνηση θέμα.

Το 4<sup>ο</sup> Κεφάλαιο περιλαμβάνει τα Αποτελέσματα που προκύπτουν από τη διεξοδική ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσω των ερευνητικών εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν για την παρούσα εργασία.

Το 5<sup>ο</sup> Κεφάλαιο αφορά τη Συζήτηση των αποτελεσμάτων, τον κριτικό, δηλαδή, σχολιασμό και την ερμηνεία τους, σε συνάρτηση και με το θεωρητικό πλαίσιο που έχει παρουσιαστεί στην αρχή της εργασίας.

Στο 6<sup>ο</sup> Κεφάλαιο κατατίθενται Συμπεράσματα και Προτάσεις, προκειμένου να διευκολυνθεί αντίστοιχη μελλοντική έρευνα για τα ζητήματα που τέθηκαν μέσω της συγκεκριμένης εργασίας.

Ακολουθούν οι Βιβλιογραφικές Αναφορές και το Παράρτημα που περιλαμβάνει το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τη διεξαγωγή της παρούσας έρευνας.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

#### 2.1. Σημασιολογική προσέγγιση του όρου της ηλεκτρονικής τραπεζικής (*e-banking*)

Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί μία ταχέως αναπτυσσόμενη τακτική παροχής υπηρεσιών από την πλευρά των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που τα τελευταία χρόνια βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος τόσο των επιχειρήσεων, αλλά και των οικονομικών αναλυτών, όσο και των ίδιων των τραπεζών, όπως και των καταναλωτών. Στην αύξηση της δημοφιλίας του e-banking συντέλεσαν η αλματώδης ανάπτυξη της τεχνολογίας, η ραγδαία εξέλιξη του διαδικτύου, οι αλλαγές στις ανάγκες των χρηστών και των τραπεζών, οπότε και δρομολογήθηκαν και αλλαγές στον τρόπο παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών (Carranza et al., 2021). Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτελεί ένα σύστημα που παρέχει τη δυνατότητα σε καταναλωτές και επιχειρήσεις να διεκπεραιώσουν διαφανείς και αξιόπιστες συναλλαγές με τις τράπεζές τους χωρίς να απαιτείται η φυσική τους παρουσία σε κάποιο τραπεζικό κατάστημα. Η διευθέτηση των οικονομικών τους υποθέσεων μπορεί να γίνει από οποιοδήποτε χώρο διαθέτει πρόσβαση σε υπηρεσίες διαδικτύου, με τη χρήση αντίστοιχων ηλεκτρονικών συσκευών (ηλεκτρονικού υπολογιστή, κινητού τηλεφώνου κ.λπ.) (Dhurup et al., 2014).

Στις μέρες μας η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής εξυπηρέτησης συνδέεται άρρηκτα με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και υιοθετείται (Barrientos et al., 2012):

- σε συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (business-to-business, B2B): οι συναλλαγές αυτές αφορούν κυρίως διακίνηση μεγάλων ποσών και διενεργούνται συνήθως μέσα στα πλαίσια της αλυσίδας εφοδιασμού, όπου μια επιχείρηση αγοράζει πρώτες ύλες από μία άλλη για να χρησιμοποιηθούν στη διαδικασία παραγωγής.
- σε συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών (business-to-consumer, B2C): αφορούν το μοντέλο εμπορικής σχέσης, όπου τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες πωλούνται απευθείας από την επιχείρηση στον καταναλωτή. Συχνά αναφέρεται σε επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, οι οποίες χρησιμοποιούν διαδικτυακές πλατφόρμες για να προωθήσουν τα προϊόντα τους στους χρήστες.

- σε συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κρατικών υπηρεσιών (business-to-government, B2G): πρόκειται για την επιχειρηματική δραστηριότητα που αναπτύσσεται ανάμεσα σε μια εταιρεία ως προμηθευτή και έναν κρατικό φορέα ως πελάτη. Σε αυτή την περίπτωση, οι επιχειρήσεις υποβάλλουν προσφορές για κυβερνητικά έργα ή προϊόντα που ενδέχεται να χρησιμοποιήσουν οργανισμοί του δημόσιου τομέα.

- σε συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών και κρατικών υπηρεσιών (consumer-to-government, C2G): αφορούν τα επιχειρηματικά μοντέλα, όπου οι καταναλωτές πραγματοποιούν συναλλαγές με κρατικούς οργανισμούς ή δημόσιους φορείς, όπως π.χ. η πληρωμή των φορολογικών εισφορών. Το επιχειρηματικό μοντέλο C2G προωθεί την επικοινωνία των πολιτών με το κράτος.

- σε συναλλαγές μεταξύ ιδιωτών (consumer-to-consumer, C2C): αφορούν την πρακτική μεμονωμένων καταναλωτών να αγοράζουν και να πουλούν μεταξύ τους αγαθά μέσω διαδικτύου. Πρόκειται για μορφή ηλεκτρονικού εμπορίου, όπου διακινούνται προϊόντα και υπηρεσίες μέσω ενός συστήματος δημοπρασιών και οι πληρωμές διενεργούνται ηλεκτρονικά.

Σύμφωνα με τους Ahmad et al. (2020) βασικές παράμετροι που ενισχύουν την αναπτυξιακή πορεία της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

- Η δυνατότητα αυτοεξυπηρέτησης των χρηστών τραπεζικών υπηρεσιών χωρίς τη διαμεσολάβηση τρίτου.

- Η δυνατότητα υλοποίησης οικονομικών συναλλαγών χωρίς την ανάγκη φυσικής παρουσίας σε τραπεζικό κατάστημα και χωρίς χρονικούς περιορισμούς.

- Το περιορισμένο κόστος συναλλαγών και για τους ιδιώτες, που αποφεύγουν τις άσκοπες και χρονοβόρες μετακινήσεις και αναμονές, και για τις τράπεζες, που μπορούν με αυτό τον τρόπο να διευρύνουν ανέξοδα το ωράριο διενέργειας συναλλαγών.

Οι ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, λοιπόν, αποτελούν υπηρεσίες που στις μέρες μας γνωρίζουν ιδιαίτερη διάδοση, κάτι που σχετίζεται με το βαθμό διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στη ζωή μας. Η χρήση του e-banking αποτέλεσε ορόσημο, ώστε οι τράπεζες να βελτιστοποιήσουν τις παραδοσιακές τους λειτουργίες και να επιδιώξουν τεχνολογικές καινοτομίες, προκειμένου ανταποκριθούν στο συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνισμό του κλάδου τους.

## *2.2. Ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής*

Ο τραπεζικός κλάδος είναι ένα πεδίο, στο οποίο διαδραματίζονται οι ταχύτερες εξελίξεις και αλλαγές σε επίπεδο τεχνολογικής καινοτομίας. Η ζήτηση για τραπεζικά προϊόντα που βασίζονται στη χρήση του διαδικτύου αυξήθηκε ραγδαία ως αποτέλεσμα της διάθεσης για παροχή υπηρεσιών με επίκεντρο τον πελάτη και για μείωση του κόστους, της ανταγωνιστικής δομής της αγοράς και της επιθυμίας των καταναλωτών να χρησιμοποιούν τραπεζικά προϊόντα γρήγορα, αποτελεσματικά και παραγωγικά. Η ηλεκτρονική τραπεζική παρέχει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις τράπεζες από άποψη χρόνου, χώρου και κόστους. Οι προηγμένες τεχνολογίες και τα καινοτόμα τραπεζικά εργαλεία προσελκύουν αυξημένη ζήτηση εδώ και χρόνια (Sanli & Hobikoglou, 2015).

Ο πρόδρομος των σύγχρονων διαδικτυακών τραπεζικών υπηρεσιών υπήρξε η εξ αποστάσεως τηλεφωνική τραπεζική από τις αρχές της δεκαετίας του 1980. Ο όρος «on line» έγινε δημοφιλής στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και αναφερόταν στη χρήση τερματικού, πληκτρολογίου και οθόνης για πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα μέσω τηλεφωνικής γραμμής. Οι καινοτόμες αυτές υπηρεσίες γνώρισαν ιδιαίτερη εξάπλωση, όταν το διαδίκτυο άρχισε να χρησιμοποιείται ευρέως από οικιακούς καταναλωτές. Η πρώτη υπηρεσία τραπεζικής κατ' οίκον προσφέρθηκε στους καταναλωτές το Δεκέμβριο του 1980 από την United American Bank, που επέτρεπε στους πελάτες της να έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες του λογαριασμού τους με ασφάλεια. Οι υπηρεσίες που ήταν διαθέσιμες τα πρώτα χρόνια περιελάμβαναν πληρωμή λογαριασμών, ελέγχους υπολοίπου λογαριασμού, αιτήσεις δανείου και υπολογισμούς φόρων (Sparks, 2017).

Στη δεκαετία του 1990 οι τράπεζες συνειδητοποίησαν ότι η αυξανόμενη δημοτικότητα του Παγκόσμιου Ιστού τους έδινε μία επιπλέον ευκαιρία να επεκτείνουν τις υπηρεσίες τους. Έτσι, οι παραδοσιακές τράπεζες πρόσφεραν στους πελάτες τους πρόσβαση στο λογαριασμό τους στο διαδίκτυο, ενώ ορισμένες νέες τράπεζες άρχισαν να λειτουργούν μόνο διαδικτυακά. Η πρώτη εφαρμογή διαδικτυακής τραπεζικής ξεκίνησε στις ΗΠΑ το 1996, ενώ στη συνέχεια, δημοφιλείς τράπεζες όπως η Citibank και η Wells Fargo άρχισαν να παρέχουν αυτή την υπηρεσία στους πελάτες τους το 2001 (Gefen & Straub, 2005). Το ενδιαφέρον για την ηλεκτρονική τραπεζική ήταν αρκετά προφανές: μειωμένο κόστος συναλλαγών, ευκολότερη ενσωμάτωση υπηρεσιών, δυνατότητες διαδραστικού μάρκετινγκ και

άλλα οφέλη που ενισχύουν τις λίστες πελατών και τα περιθώρια κέρδους. Επιπλέον, οι διαδικτυακές τραπεζικές υπηρεσίες επέτρεπαν στα ιδρύματα να ομαδοποιούν περισσότερες υπηρεσίες σε μεμονωμένα πακέτα, προσελκύοντας έτσι περισσότερους πελάτες και ελαχιστοποιώντας τα γενικά έξοδα (Keivani et al., 2012).

Στα επόμενα χρόνια το ποσοστό των καταναλωτών που έκαναν χρήση ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών αυξήθηκε ραγδαία. Μέχρι το 2022, ο αριθμός των χρηστών ηλεκτρονικής τραπεζικής στις ΗΠΑ έχει φτάσει το 63,5% (Statista Research Department, 2022a). Η διείσδυση της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ευρωπαϊκή Ένωση αυξήθηκε σταθερά από το 2010, φθάνοντας το 58% το 2021. Ομοίως, στη ζώνη του ευρώ το ποσοστό των ατόμων που χρησιμοποιούν υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής αυξήθηκε από 36 σε 61% μεταξύ 2010 και 2021 (Statista Research Department, 2022b). Το 2021 διαπιστώθηκε ότι το 96% του νορβηγικού πληθυσμού είχε πρόσβαση σε ιστότοπους ηλεκτρονικής τραπεζικής, καθιστώντας τη Νορβηγία τη χώρα με την ισχυρότερη διείσδυση διαδικτυακών τραπεζικών υπηρεσιών στην Ευρώπη, ακολουθούμενη από τη Δανία και την Ισλανδία. Η ηλεκτρονική τραπεζική γίνεται μια από τις πιο δημοφιλείς μεθόδους πληρωμής στην Ευρώπη, επιτρέποντας στους πελάτες μιας τράπεζας ή άλλου χρηματοπιστωτικού ιδρύματος να αναπτύξουν ένα ευρύ φάσμα οικονομικών συναλλαγών μέσω των ιστοσελίδων τους. Με τον καιρό, η εμπιστοσύνη των Ευρωπαίων σε αυτό το σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών έχει αυξηθεί. Εν τω μεταξύ, η χρήση φυσικών μετρητών παρουσιάζει σημαντική μείωση σε ορισμένες χώρες, όπως η Γερμανία ή η Αυστρία (Statista Research Department, 2022c). Σε όλη την Ασία, εκτιμάται ότι περισσότεροι από 700 εκατομμύρια καταναλωτές χρησιμοποιούν τακτικά την ψηφιακή τραπεζική, σύμφωνα με έρευνα του 2015 από την McKinsey & Company (Barquin & Vinayak, 2015).

Στην Ελλάδα απαιτήθηκε χρόνος, ώστε να ξεπεραστεί η γραφειοκρατική οργάνωση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Το ανταγωνιστικό σκηνικό που αναπτύχθηκε με το πέρασμα των ετών και η στρατηγική των ιδιωτικοποιήσεων που εφαρμόστηκε άνοιξαν το δρόμο για την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τραπεζικής στη χώρα. Η ραγδαία ανάπτυξη του διαδικτύου και η απόκτηση όλο και μεγαλύτερης προσβασιμότητας από τους χρήστες διευκόλυναν τη διεύρυνση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Στην Ελλάδα το πρώτο τραπεζικό ίδρυμα που επιχείρησε να καθιερώσει ηλεκτρονικές υπηρεσίες ήταν η Εγνατία Τράπεζα το 1997. Ωστόσο, ο αριθμός των χρηστών που μπορούσε να έχει πρόσβαση σε αυτού του είδους την εξυπηρέτηση ήταν



περιορισμένος, μια που η εξέλιξη του διαδικτύου τη συγκεκριμένη περίοδο δεν είχε φτάσει ακόμα σε σημείο που να μπορεί να υποστηρίξει ικανές ταχύτητες μεταφοράς δεδομένων (Λουμπάκης, 2018). Η Τράπεζα Πειραιώς το 2000 εγκαινίασε την πρώτη οργανωμένη ηλεκτρονική πλατφόρμα τραπεζικών υπηρεσιών με την ονομασία WinBank. Έκτοτε, οι περισσότεροι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί καθιέρωσαν εφαρμογές e-banking για την εξυπηρέτηση των πελατών τους, αλλά και τη δική τους διευκόλυνση, οι οποίες παρέχουν ένα πλήθος δυνατοτήτων ηλεκτρονικών συναλλαγών (Λουμπάκης, 2018).

Από την πλευρά τους οι καταναλωτές δείχνουν να εξοικειώνονται όλο και περισσότερο με την παροχή και χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat (2021) ενώ το 2010 το ποσοστό των Ελλήνων χρηστών του e-banking δεν ξεπερνούσε το 6% δείχνοντας μία επιφυλακτική στάση απέναντι στην ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση, το 2021 το ποσοστό αυτό κυμαίνεται στο 42% αποδεικνύοντας την αύξηση της ζήτησης ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Για την ποσοστιαία αυτή αύξηση είναι απαραίτητο να ληφθούν υπόψη οι κεφαλαιουχικοί περιορισμοί που επιβλήθηκαν το 2015, ως αποτέλεσμα της οικονομικής ύφεσης στη χώρα (Giannopoulos & Hyz, 2018), όπως και η επέλαση της πανδημίας το 2020 που έκανε υποχρεωτικές τις εξ αποστάσεως συναλλαγές προς αποφυγή του συγχρωτισμού (Τζώρτζη, 2020).

### *2.3. Είδη ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών*

Τα τραπεζικά ιδρύματα διαθέτουν ηλεκτρονικές πλατφόρμες και πληροφοριακά συστήματα, που διευκολύνουν τους πελάτες τους στις εξ αποστάσεως συναλλαγές τους. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται διακρίνονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

- Internet banking

Η διεκπεραίωση των χρηματοοικονομικών συναλλαγών διευκολύνεται από την ευρεία χρήση των δυνατοτήτων που παρέχει το Διαδίκτυο. Η τεχνολογία έχει αντικαταστήσει τους παραδοσιακούς τρόπους διανομής και διάθεσης των τραπεζικών υπηρεσιών προς το καταναλωτικό κοινό βελτιώνοντας με αυτό τον τρόπο την ποιότητά τους. Ειδικότερα, η επιλογή του internet banking αποτελεί μία καινοτόμο πρακτική που παρέχει στους χρήστες πλήθος δυνατοτήτων με μηδαμινό κόστος. Οι πελάτες των τραπεζών έχουν την ευχέρεια να πραγματοποιήσουν οικονομικές

συναλλαγές ηλεκτρονικά, με τη χρήση εξοπλισμού που έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο. Η τράπεζα εκδίδει προσωπικούς κωδικούς για κάθε χρήστη μέσω των οποίων μπορεί να απολαμβάνει προϊόντα και υπηρεσίες που παρέχονται από το εκάστοτε χρηματοοικονομικό ίδρυμα, ενώ ο κάθε τραπεζικός οργανισμός διαθέτει σύνθετα συστήματα ασφαλείας, ώστε οι συναλλαγές να γίνονται με διαφανή και αξιόπιστο τρόπο απομακρύνοντας το ενδεχόμενο για ηλεκτρονικές απάτες (Keskar & Pandey, 2018). Η υπηρεσία του internet banking μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη διεκπεραίωση πλήθους συναλλαγών (Chavan, 2013):

- Για μεταφορά κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων στην ίδια ή σε άλλη τράπεζα
- Για πληρωμές λογαριασμών κοινής ωφέλειας, εισφορών, φόρων, οφειλών
- Για εκτέλεση πάγιων εντολών
- Για κατάθεση εμβασμάτων
- Για παρακολούθηση της κίνησης του λογαριασμού
- Για έλεγχο των υπολοίπων των λογαριασμών

#### • Mobile banking

Από τους πιο εξελιγμένους τρόπους σύνδεσης των χρηστών με τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς είναι αυτός μέσω κινητού τηλεφώνου. Η ραγδαία εξέλιξη της κινητής τηλεφωνίας και των εφαρμογών της δημιούργησε προϋποθέσεις, ώστε να ικανοποιούν οι χρήστες τις καταναλωτικές τους ανάγκες. Μέσω του mobile banking οι τράπεζες προσφέρουν ποιοτικές υπηρεσίες συμβαδίζοντας με τις συνθήκες της εποχής, ενισχύοντας την ανταγωνιστική τους θέση και εκμηδενίζοντας το κόστος. Η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση μέσω κινητού τηλεφώνου λειτουργεί αντίστοιχα με αυτή μέσω διαδικτύου (internet banking), ενώ είναι πιο εύχρηστη, καθώς ο καταναλωτής μπορεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες από οποιοδήποτε σημείο βρίσκεται. Παρά την ευρεία χρήση των κινητών τηλεφώνων για πρόσβαση στο διαδίκτυο, οι καταναλωτές δείχνουν επιφυλακτικοί στη χρήση του για τραπεζικές υποθέσεις επιλέγοντας για την εξυπηρέτησή τους περισσότερο το internet banking (Shaikh & Karjaluo, 2015).

#### • Phone banking

Δυνατότητα για εξ αποστάσεως επικοινωνία και εξυπηρέτηση των καταναλωτών με κάποιο τραπεζικό κατάστημα δίνει και η επιλογή του phone

banking, που προϋποθέτει χρήση τηλεφωνικής κλήσης του χρήστη με την τράπεζά του. Οι καταναλωτές θεωρείται ότι μπορούν να εξοικειωθούν πιο εύκολα με τη συγκεκριμένη τακτική, καθώς η χρήση της δεν απαιτεί εξειδικευμένες γνώσεις και τεχνογνωσία. Σήμερα, όλοι οι τραπεζικοί οργανισμοί διαθέτουν τηλεφωνική γραμμή 24ωρης εξυπηρέτησης για τους πελάτες τους, ώστε να έχουν εύκολη πρόσβαση σε όλες τις διαθέσιμες υπηρεσίες (Driga & Isac, 2014).

Η υπηρεσία του phone banking στηρίζεται σε ηχογραφημένα μηνύματα που υποδεικνύουν στο χρήστη τα βήματα που πρέπει να ακολουθήσει, προκειμένου να διεκπεραιώσει τη συναλλαγή που θέλει. Σε άλλη περίπτωση, υπάρχει η δυνατότητα ο χρήστης να συνομιλήσει με κάποιο αντιπρόσωπο της τράπεζας που θα ταυτοποιήσει τον πελάτη και θα συνομιλήσει μαζί του για την εξυπηρέτησή του. Συνήθως, η υπηρεσία του phone banking χρησιμοποιείται για ενημέρωση σχετικά με το υπόλοιπο του λογαριασμού, για πληρωμές λογαριασμών, φόρων, οφειλών, για μεταφορές κεφαλαίων, ακόμα και για ενημέρωση σχετικά με τις συναλλαγματικές ισοτιμίες ή τις τιμές του χρηματιστηρίου (Kamble & Afza, 2018).

#### *2.4. Νομοθετικές ρυθμίσεις για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές*

Βασική παράμετρος για την αποτελεσματική και επιτυχημένη εφαρμογή των ηλεκτρονικών συναλλαγών αποτελεί η ασφάλεια στη χρήση τους. Είναι σημαντικό να υπάρχει νομιμότητα στις κινήσεις τόσο των πελατών, όσο και των τραπεζικών οργανισμών, ώστε να αποφευχθούν ζητήματα που θέτουν σε κίνδυνο τη διαφάνεια και την αξιοπιστία των συναλλαγών. Για το σκοπό αυτό οι αρχές δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στο σχεδιασμό του κανονιστικού πλαισίου που θα υποστηρίζει την ανάπτυξη ενός εύχρηστου συστήματος ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι νομοθετικές ρυθμίσεις που σχετίζονται με τη λειτουργία των ηλεκτρονικών συναλλαγών υπακούουν στις κοινοτικές οδηγίες που ισχύουν για τις τράπεζες των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αφορούν νομοθετήματα για την προστασία των καταναλωτών, τη διασφάλιση των προσωπικών δεδομένων, την προστασία του ηλεκτρονικού εμπορίου και των εξ αποστάσεως εμπορικών συναλλαγών. Το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο σε Ευρωπαϊκό επίπεδο στηρίζεται σε δύο κοινοτικές οδηγίες για τις υπηρεσίες πληρωμών (2007/64/EK και (EE)2015/2366) με κύριες προϋποθέσεις τη δημιουργία ίσων όρων ανταγωνισμού για τους παρόχους υπηρεσιών πληρωμών, την προστασία των καταναλωτών και την αύξηση των υπηρεσιών πληρωμών από μη τράπεζες. Ωστόσο, από το Σεπτέμβριο του 2019 έχει τεθεί σε ισχύ κανονισμός για την ισχυρή

ταυτοποίηση των πελατών (EE-2018/389), ο οποίος προσδιορίζει τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να εκτελούνται οι συναλλαγές ηλεκτρονικών πληρωμών, ώστε να καταστούν ασφαλείς. Σύμφωνα με την οδηγία αυτή, η ταυτοποίηση των στοιχείων γίνεται με τη χρήση δύο ή περισσότερων στοιχείων ου μόνο ο χρήστης γνωρίζει ή έχει στην κατοχή του:

- ένα 4ψήφιο PIN, ένα μυστικό κωδικό ή την απάντηση σε μία ερώτηση που μπορεί να απομνημονευθεί,
- το κινητό τηλέφωνο,
- κάποιο μοναδικό φυσικό χαρακτηριστικό, π.χ. το δακτυλικό αποτύπωμα ή χαρακτηριστικά της φωνής ή του προσώπου.

Ο συνδυασμός αυτών των στοιχείων στοχεύει στον περιορισμό του κινδύνου για περιστατικά ηλεκτρονικής απάτης (EBF, 2019).

## *2.5. Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής*

Η εξέλιξη της τεχνολογίας και η υιοθέτηση καινοτόμων μεθόδων για την ικανοποίηση των καθημερινών αναγκών των ατόμων έχει οδηγήσει στη διευκόλυνση της καθημερινότητάς τους. Στην περίπτωση των ηλεκτρονικών συναλλαγών γίνεται αντιληπτό ότι καταβάλλεται συνεχής προσπάθεια για βελτίωση στην ποιότητα παροχής υπηρεσιών με τρόπο που να ωφελούνται και οι χρήστες και τα τραπεζικά ιδρύματα. Ασφαλώς, μπορούν να επισημανθούν και κάποια μειονεκτήματα που μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την ασφάλεια και την αξιοπιστία των συναλλαγών και χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής.

### **2.5.1. Πλεονεκτήματα για τους πελάτες**

Από τα βασικά πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η δυνατότητα για 24ωρη εξυπηρέτηση των πελατών, για όλη τη διάρκεια του χρόνου. Ενώ τα τραπεζικά ιδρύματα ακολουθούν συγκεκριμένο ωράριο λειτουργίας και εξυπηρέτησης πελατών, το e-banking με την απουσία χρονικών περιορισμών διευκολύνει τις συναλλαγές οποιαδήποτε ώρα παραστεί ανάγκη (Obeidat & Saxena, 2015).

Σημαντική διευκόλυνση αποτελεί και το γεγονός ότι με την ηλεκτρονική τραπεζική δεν απαιτείται η φυσική παρουσία του χρήστη στο τραπεζικό κατάστημα. Αυτό εξοικονομεί και κόστος μετακίνησης και χρόνο που θα έπρεπε να διαθέσει ο

πελάτης εν αναμονή για την διεκπεραίωση των υποθέσεών του (Reddy & Megharaja, 2021). Ιδιαίτερη αναφορά θα μπορούσε να γίνει στα άτομα με κινητικά προβλήματα, τα οποία χωρίς την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής θα συναντούσαν ιδιαίτερες δυσκολίες στην πρόσβαση και την εξυπηρέτηση των τραπεζικών τους υποχρεώσεων (Khan, 2017).

Η ανάπτυξη του διαδικτύου και του e-banking δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να διαχειρίζονται με ευκολία τις τραπεζικές τους υποθέσεις. Η ταυτόχρονη πρόσβαση σε όλες τις τράπεζες που διατηρούν λογαριασμό τους βοηθά να έχουν πλήρη εικόνα για τις καταθέσεις τους, για τις κινήσεις των λογαριασμών, για τις οφειλές τους, για τις οικονομικές υποχρεώσεις τους. Επιπλέον, οι ηλεκτρονικές σελίδες των τραπεζικών ιδρυμάτων δίνουν μια πληθώρα πληροφοριών σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες, τις χρεώσεις, τα προνόμια που προσφέρουν διευκολύνοντας τους καταναλωτές να ενημερωθούν και να προβούν σε συγκριτική αξιολόγηση στην περίπτωση που προσπαθούν να επιλέξουν με ποια τράπεζα θα συνεργαστούν (Koskosas, 2011).

Καίριο είναι το ζήτημα της ασφάλειας στις συναλλαγές που παρέχει η ηλεκτρονική τραπεζική. Η κατοχή μετρητών για τη διεκπεραίωση των οικονομικών υποθέσεων θεωρείται πιο επισφαλής σε σχέση με τη χρήση εναλλακτικών μέσων, όπως οι χρεωστικές/πιστωτικές κάρτες, οι οποίες ακόμα κι αν κλαπούν, διαθέτουν μυστικό κωδικό που εμποδίζει την κατάχρηση μεγάλου χρηματικού ποσού (Khan, 2017).

Επίσης και οι εταιρικοί πελάτες επωφελούνται, καθώς οι επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, να υλοποιούν ηλεκτρονικά τις συναλλαγές τους με τους πελάτες τους, να εξοφλούν τους προμηθευτές τους, τις οφειλές τους προς το δημόσιο, τις οικονομικές τους υποχρεώσεις, αλλά και να παρακολουθούν τις εισπράξεις τους, τη στιγμή που όλες οι συναλλαγές διενεργούνται με ασφάλεια, με την εγγύηση ενός τραπεζικού ιδρύματος (Chavan, 2013).

### **2.5.2. Πλεονεκτήματα για τις τράπεζες**

Η ανάπτυξη του διαδικτύου και της κινητής τηλεφωνίας δημιούργησε νέα εργαλεία για τις τράπεζες, οι οποίες μπορούν τώρα να προσφέρουν σύγχρονες, καινοτόμες και ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες τους. Με αυτό τον τρόπο

αυξάνουν την αποδοτικότητά τους, την κερδοφορία τους και βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα της θέσης τους στη χρηματοπιστωτική αγορά (Singh & Grover, 2011).

Η ηλεκτρονική τραπεζική δίνει τη δυνατότητα στους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς να αυξήσουν το πελατειακό τους δυναμικό, αφού μπορούν να απευθυνθούν σε μεγαλύτερο κοινό και να το προσεγγίσουν πιο εύκολα με τα ηλεκτρονικά εργαλεία. Ξεπερνιούνται με αυτό τον τρόπο γεωγραφικοί περιορισμοί, είναι δυνατόν να εξυπηρετηθούν χρήστες ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές που δεν είναι εύκολη η πρόσβαση σε φυσικό κατάστημα, ενώ δημιουργούνται και οικονομίες κλίμακας, αφού με την αύξηση των πελατών μειώνονται τα κόστη λειτουργίας και συντήρησης όλου του τραπεζικού μηχανισμού (Boufounou et al., 2022). Όφελος υπάρχει και από τη μείωση δαπανών για προβολή και διαφήμιση, καθώς η παρουσία των τραπεζικών ιδρυμάτων στο διαδίκτυο δίνει την ευκαιρία για ιδιαίτερα αποτελεσματική προβολή μέσω των ηλεκτρονικών ιστοσελίδων τους (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022).

Σε μια εποχή που διακρίνεται από συνθετότητα και πολυπλοκότητα δομών και θεσμών, οι συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστικές και απαιτούν από όλους τους οργανισμούς εκσυγχρονισμό και αύξηση της αποδοτικότητάς τους. Μέσα σε αυτά τα πλαίσια το ζητούμενο για τις τράπεζες είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και η ικανοποίηση των αναγκών των πελατών τους. Η αυτοματοποίηση των τραπεζικών εργασιών θέτει στο επίκεντρο τον καταναλωτή και βοηθά τις τράπεζες να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα μέσα σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό πεδίο. Η αύξηση της αποδοτικότητας των τραπεζικών οργανισμών διασφαλίζει τη βιωσιμότητά τους, την εναρμόνιση με τις απαιτητικές συνθήκες της αγοράς και την περαιτέρω ανάπτυξή τους (Arshad Khan & Alhumoudi, 2022).

### **2.5.3. Μειονεκτήματα για τους πελάτες**

Από τα βασικά μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής για τους πελάτες είναι η απαίτηση για κατοχή εξοπλισμού και τεχνογνωσίας από την πλευρά τους. Οι παράμετροι αυτές δυσκολεύουν τη χρήση από κάποιες ομάδες καταναλωτών, όπως τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, που δεν έχουν την απαραίτητη εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες ή αδυνατούν να διαθέτουν τα κατάλληλα τεχνολογικά μέσα ή και

σύνδεση στο διαδίκτυο. Έτσι, παρόλο που για το μέσο όρο των καταναλωτών η υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τραπεζικής θεωρείται εύκολη, καθημερινή υπόθεση, υπάρχουν ευάλωτες ομάδες που αποκλείονται από τη χρήση της (Msweli & Mawela, 2020).

Επιφυλακτικοί γίνονται οι χρήστες και από τις συνεχείς ηλεκτρονικές επιθέσεις που σημειώνονται και που θέτουν σε κίνδυνο την ασφάλεια των συναλλαγών τους. Παρόλο που η τεχνολογία βελτιώνεται συνεχώς δημιουργώντας ασφαλιστικές δικλείδες για την προστασία των καταναλωτών, αποτελούν συχνά φαινόμενα τα περιστατικά ηλεκτρονικής απάτης που προκαλούν ανησυχία στους καταναλωτές και τους καθιστούν δύσπιστους όσον αφορά τη χρήση ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών (Obeidat & Saxena, 2015).

#### **2.5.4. Μειονεκτήματα για τις τράπεζες**

Τα κενά ασφαλείας, οι ηλεκτρονικές επιθέσεις και η επιφυλακτικότητα των πελατών αποτελούν μειονεκτήματα και για τα τραπεζικά ιδρύματα που διαπιστώνουν ότι μειώνεται η αξιοπιστία τους και χάνεται η εμπιστοσύνη των χρηστών. Οι ηλεκτρονικές απάτες και η πιθανότητα υποκλοπής των προσωπικών δεδομένων των πελατών αποτελούν λειτουργικούς κινδύνους για τα τραπεζικά ιδρύματα που σε κάποιες περιπτώσεις αδυνατούν να διαφυλάξουν την ασφάλεια των συναλλαγών (Vishnuvardhan et al., 2020).

Από την άλλη, η απόφαση των τραπεζών να δικτυωθούν ηλεκτρονικά αποτελεί επένδυση υψηλού κόστους. Εκτός από το κόστος για την απόκτηση και εγκατάσταση των τεχνολογικών εργαλείων, τη διαμόρφωση και τη δόμηση του ηλεκτρονικού τραπεζικού περιβάλλοντος, τη συντήρηση και τη συνεχή τεχνολογική αναβάθμιση του συστήματος, μεγάλη επιβάρυνση αποτελεί και το κόστος για την επιμόρφωση του προσωπικού, ενώ ο συνεχής εκσυγχρονισμός των συστημάτων ασφαλείας είναι ένας δαπανηρός, αλλά απαραίτητος παράγοντας (Angelakopoulos & Mihiotis, 2011).

Τα τραπεζικά ιδρύματα και οι χρήστες είναι σημαντικό να αντισταθμίζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και, σε κάθε περίπτωση, να επιλέγουν τη λύση που θεωρούν πιο συμφέρουσα. Είναι γεγονός ότι η τεχνολογία εξελίσσεται και αποτελεί πια αναπόσπαστο κομμάτι της καθημερινότητας

του σύγχρονου ανθρώπου, όμως κρίνεται απαραίτητο να απομονώνονται οι κίνδυνοι και να προάγεται η ποιότητα στις παρεχόμενες τραπεζικές υπηρεσίες.

## 2.6. Η ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Από τα πιο βασικά μειονεκτήματα της ηλεκτρονικής τραπεζικής που προβληματίζει τους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς και καθιστά επιφυλακτικούς τους χρήστες είναι αυτό της ασφάλειας των συναλλαγών, με την απειλή της υποκλοπής προσωπικών δεδομένων και της κατάχρησης οικονομικών πόρων. Οι επιτιθέμενοι χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους στην προσπάθειά τους να εντοπίζουν κενά ασφαλείας τεχνικής φύσεως σε συγκεκριμένα λειτουργικά συστήματα και να αποκτήσουν πρόσβαση στα ηλεκτρονικά συστήματα των τραπεζικών ιδρυμάτων. Τις περισσότερες φορές επιχειρούν να προσεγγίσουν τους χρήστες αποσπώντας τους πληροφορίες για τους τραπεζικούς τους λογαριασμούς, καθώς αυτή η τακτική είναι πιο εύκολη από το να παραβιαστούν τα λογισμικά της τράπεζας (Abu-Shanab & Matalqa, 2015). Οι πιο συχνοί τύποι ηλεκτρονικής εξαπάτησης:

- **Phishing:** Η ηλεκτρονική απάτη του «ψαρέματος» συνήθως λαμβάνει χώρα μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Πιο συγκεκριμένα, οι εισβολείς αποστέλλουν σε τυχαίους χρήστες μηνύματα μέσω του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου, τα οποία παρουσιάζονται να αποστέλλονται από κάποια γνωστή τράπεζα και τους ζητούν συγκεκριμένες προσωπικές πληροφορίες του λογαριασμού τους. Στόχος είναι να υποκλαπούν στοιχεία της ταυτότητάς τους που θα χρησιμοποιηθούν για την είσοδο στο σύστημα της ηλεκτρονικής τραπεζικής και την παραβίαση των λογαριασμών τους. Τις περισσότερες φορές δίνονται οδηγίες στους χρήστες να επισκεφθούν συγκεκριμένη ιστοσελίδα, όπου και τους ζητείται να επιβεβαιώσουν τα προσωπικά τους στοιχεία που υποτίθεται πως είναι ήδη γνωστά στο τραπεζικό ίδρυμα και με αυτό τον τρόπο διαρρέουν προσωπικά δεδομένα που χρησιμοποιούνται για παράνομη χρήση τους από τους δράστες (Wash, 2020).

- **Pharming:** Αποτελεί παραλλαγή του ηλεκτρονικού «ψαρέματος» με τη διαφορά ότι δεν απευθύνεται σε μεμονωμένους χρήστες, αλλά περιλαμβάνει μαζική αποστολή πλαστών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε αυτή την περίπτωση ηλεκτρονικής απάτης είναι πιο εύκολη η διαρροή των προσωπικών στοιχείων των χρηστών, καθώς γίνεται αυτόματα, μόνο με το πάτημα του χρήστη σε κάποιο σχετικό σύνδεσμο που αποστέλλεται (Brody et al., 2007).



- Δούρειοι ίπποι (Trojan horses): Αποτελούν κακόβουλα λογισμικά που εγκαθίστανται σε κάποιον υπολογιστή ως νόμιμα και χρήσιμα προγράμματα, περιέχουν όμως μη εμφανείς εντολές που εκτελούνται, όταν εκτελεστεί το πρόγραμμα. Παραλαμβάνονται ως συνημμένα σε ένα μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή σε ένα αρχείο για δωρεάν λήψη και εγκαθίστανται στη συσκευή του χρήστη. Μετά την εγκατάσταση το κακόβουλο λογισμικό εκτελεί την εργασία για την οποία σχεδιάστηκε από τον εισβολέα, όπως απόκτηση πρόσβασης σε εταιρικά συστήματα, παρακολούθηση της διαδικτυακής δραστηριότητας των χρηστών, υποκλοπή προσωπικών δεδομένων. Η δραστηριότητα αυτή δεν μπορεί να γίνει αντιληπτή, αν δεν υπάρχει κατάλληλο λογισμικό προστασίας, ενώ, ειδικά για την περίπτωση της ηλεκτρονικής τραπεζικής, μπορεί να υπάρχει ρύθμιση για μη εξουσιοδοτημένη διαχείριση του τραπεζικού λογαριασμού του χρήστη (Yazdanifard et al., 2011).

- Καταγραφέας πληκτρολόγησης (Key loggers): Η καταγραφή πληκτρολογίου αποτελεί την ενέργεια καταγραφής των πλήκτρων που χρησιμοποιούνται σε ένα πληκτρολόγιο, συνήθως κρυφά, με τρόπο που ο χρήστης του πληκτρολογίου να αγνοεί ότι οι ενέργειές του παρακολουθούνται. Τα δεδομένα αυτά είναι δυνατόν να ανακτηθούν στη συνέχεια από το άτομο που χειρίζεται το πρόγραμμα καταγραφής. Ενώ υπάρχουν τέτοιου είδους προγράμματα νόμιμα σχεδιασμένα, για να αξιοποιούνται από εργοδότες, ώστε να επιβλέπουν τη χρήση των υπολογιστών τους, συνήθως χρησιμοποιούνται παράνομα για την υποκλοπή κωδικών πρόσβασης ή στοιχείων πιστωτικών καρτών ή άλλων εμπιστευτικών πληροφοριών αποτελώντας απειλή για τους χρήστες ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών (Rahim et al., 2018).

- Vishing (Voice Phishing): είναι η χρήση της τηλεφωνίας για τη διεξαγωγή επιθέσεων phishing. Το φωνητικό «ψάρεμα» χρησιμοποιείται συνήθως για την υποκλοπή αριθμών πιστωτικών καρτών ή άλλων προσωπικών πληροφοριών. Συνήθως, οι επιθέσεις φωνητικού ψαρέματος πραγματοποιούνται χρησιμοποιώντας αυτοματοποιημένα συστήματα μετατροπής κειμένου σε ομιλία που κατευθύνουν το θύμα να καλέσει έναν αριθμό που ελέγχεται από τον εισβολέα. Με αυτό τον τρόπο επιχειρείται να ληφθούν προσωπικά στοιχεία και οικονομικές πληροφορίες σχετικά με την πιστωτική κάρτα, τους τραπεζικούς λογαριασμούς (π.χ. το PIN), καθώς και τα προσωπικά στοιχεία του θύματος. Με τις ληφθείσες πληροφορίες, ο εισβολέας μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση και να καταχραστεί τον λογαριασμό του θύματος (Banday, & Qadri, 2011).

Για να διαφυλάξουν τα τραπεζικά ιδρύματα το απόρρητο στις συναλλαγές και την επικοινωνία με τους πελάτες τους συνήθως ακολουθούν κάποιες πρακτικές που λειτουργούν ως τείχος προστασίας (Omariba et al., 2012):

- Απαιτούν ισχυρή ταυτοποίηση του πελάτη με χρήση μυστικών κωδικών που έχει στην κατοχή του μόνο αυτός.
- Κρυπτογραφούν τα στοιχεία κατά τη διαδικασία μεταφοράς τους.
- Ελέγχεται η πρόσβαση των χρηστών σε δεδομένα της τράπεζας και στις βάσεις δεδομένων της με απόρρητα στοιχεία.
- Αποσυνδέεται αυτόματα ο χρήστης από την ηλεκτρονική του σύνδεση μετά το πέρας συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος.
- Απαιτείται αλλαγή των κωδικών ασφαλείας των χρηστών σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- Ακολουθούνται συγκεκριμένες διαδικασίες για τη διαχείριση των προσφερόμενων ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών, π.χ. συγκεκριμένο όριο ανά συναλλαγή.

## *2.7. Η ηλεκτρονική τραπεζική στην Ελλάδα*

Όπως έχει προαναφερθεί, στην Ελλάδα η ηλεκτρονική τραπεζική έχει υιοθετηθεί τα τελευταία 25 χρόνια, μία περίοδος που έχει σηματοδοτηθεί από καθοριστικές κοινωνικό-οικονομικές εξελίξεις, οι οποίες έχουν διαμορφώσει σε σημαντικό βαθμό το τοπίο των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Το ελληνικό κοινό αρχικά φάνηκε επιφυλακτικό απέναντι στις προσφερόμενες ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες, οι διαρκώς όμως μεταβαλλόμενες συνθήκες έδειξαν αύξηση του ποσοστού των χρηστών που φαίνεται να εντάσσει όλο και περισσότερο στην καθημερινότητά του τις συναλλαγές μέσω e-banking.

### **2.7.1. Διεθνής οικονομική ύφεση**

Τα πρώτα χρόνια εμφάνισης του e-banking στην Ελλάδα παρατηρήθηκε δυσπιστία από την πλευρά του καταναλωτικού κοινού ως προς την υιοθέτησή του, με σαφή προτίμηση στους παραδοσιακούς τρόπους διαχείρισης των οικονομικών τους υποχρεώσεων. Ωστόσο, το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης που αποτέλεσε καίριο πλήγμα για το χρηματοπιστωτικό σύστημα δημιούργησε ακόμα περισσότερες αμφιβολίες στους πολίτες για την αξιοπιστία των τραπεζών, οι οποίες προσπαθούσαν να προωθήσουν νέες στρατηγικές, ώστε να αντιμετωπίσουν τη ρευστότητα της

εποχής. Η οικονομική αναταραχή επηρέασε τη σταθερότητα τόσο της Ευρωζώνης όσο και της Ελλάδας που ήρθε αντιμέτωπη με ένα υπέρογκο δημόσιο και εξωτερικό χρέος, το οποίο θα καθόριζε σε μεγάλο βαθμό τη μετέπειτα οικονομική της πορεία (Βαρουφάκης και συν., 2011).

Προκειμένου να στηριχθεί το ελληνικό χρηματοπιστωτικό σύστημα και να αποφευχθεί η οικονομική κατάρρευση της χώρας ενεργοποιήθηκε ο μηχανισμός στήριξης από τις χώρες της Ε.Ε. και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο που περιελάμβανε δανεισμό σε τρεις φάσεις (2010-2011, 2012-2015, 2015-2018) (Maris & Maloina, 2021). Όλο αυτό το διάστημα αποδείχθηκε καθοριστικό για την ελληνική οικονομία, καθώς παρά τις προσπάθειες στήριξης που γίνονταν, οι επιπτώσεις της κρίσης κατάφεραν σοβαρό πλήγμα στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, που συρρικνώθηκε, καθώς σημειώθηκαν αρκετές εξαγορές/συγχωνεύσεις τραπεζών. Η Εθνική Τράπεζα, η Τράπεζα Πειραιώς, η Alpha Bank και η Eurobank υπήρξαν οι βασικοί τραπεζικοί κλάδοι που απορρόφησαν τις άλλες τράπεζες ή μέρη αυτών σε μία προσπάθεια να επαναπροσδιορίσουν την παρουσία τους στο νέο πεδίο, όπως είχε διαμορφωθεί λόγω της οικονομικής κρίσης (Παπαδογιάννης, 2020).

Όλες αυτές οι ανατρεπτικές εξελίξεις δημιούργησαν μία ρευστή οικονομική πραγματικότητα, με τις τράπεζες να επιλέγουν τη στρατηγική των εξαγορών και των συγχωνεύσεων αντί να εκσυγχρονίσουν τις υπηρεσίες τους και να προωθήσουν καινοτόμα τεχνολογικά εργαλεία που θα προσέλκυαν πελατειακό δυναμικό (Loukis et al., 2021). Η επιλογή αυτής της πολιτικής σε συνδυασμό και με τη δυσπιστία και την επιφυλακτικότητα του κοινού λόγω της δυσχερούς οικονομικής κατάστασης δεν επέτρεψαν τη διεύρυνση της χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, οπότε και παρατηρούνται χαμηλά ποσοστά υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τραπεζικής.

### **2.7.2. Εφαρμογή των κεφαλαιακών περιορισμών (Capital controls)**

Η περίοδος της οικονομικής κρίσης στάθηκε ιδιαίτερα δύσκολη για τα ελληνικά δεδομένα, καθώς εκτός από τα δημοσιονομικά προβλήματα υπήρξαν πολλές αλλαγές και στο πολιτικό σκηνικό, κάτι που δε διευκόλυνε τη σωστή διαχείριση της ύφεσης. Τα προγράμματα στήριξης που είχαν στόχο να υποστηρίξουν την ελληνική οικονομία δημιούργησαν δυσαρέσκεια και έντονη ανησυχία στο κοινό, αφού η επικρατούσα κατάσταση ήταν τόσο ρευστή που υπήρχε έντονη φημολογία κατάρρευσης του τραπεζικού συστήματος της χώρας και εξόδου της από την Ε.Ε. (Maris & Maloina, 2021).

Σε μια προσπάθεια να ανασταλούν οι εκροές των καταθέσεων λόγω της αβεβαιότητας που δημιουργήθηκε στο κοινό και να διασφαλιστεί η σταθερότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος, τον Ιούνιο του 2015 κηρύχθηκε τραπεζική αργία και επιβλήθηκαν περιορισμοί στις διασυννοριακές πληρωμές και την κίνηση κεφαλαίων (Capital controls) (ΦΕΚ 84/A/18-7-2015). Σε αυτό το διάστημα τα τραπεζικά καταστήματα δε λειτουργούσαν για το κοινό, οπότε έπρεπε να χρησιμοποιηθούν εναλλακτικοί τρόποι για τη διεκπεραίωση των οικονομικών συναλλαγών και τη διευθέτηση των οικονομικών υποχρεώσεων των πολιτών και των επιχειρήσεων. Η ηλεκτρονική τραπεζική αποτέλεσε σε αυτό το διάστημα μία πρόσφορη επιλογή, μια που στις ηλεκτρονικές συναλλαγές δεν είχαν επιβληθεί τόσο αυστηροί περιορισμοί (Antoniadis et al., 2017).

Η χρονιά του 2015 αποτελεί σημείο αναφοράς για την αύξηση της χρήσης του e-banking στην Ελλάδα από τους καταναλωτές, αφού οι ιδιάζουσες συνθήκες που είχαν διαμορφωθεί δεν άφηναν πολλά περιθώρια για χρήση των παραδοσιακών τρόπων στις οικονομικές συναλλαγές. Σύμφωνα με τους Monokroussos et al. (2016) το 2015 οι συναλλαγές με κάρτες αυξήθηκαν κατά 59%, η χρήση τερματικών POS και ο αντίστοιχος κύκλος εργασιών αυξήθηκαν κατά 49% και 115% αντίστοιχα, ενώ ο αριθμός των νέων χρεωστικών καρτών και ο τζίρος των χρεωστικών καρτών γνώρισαν αύξηση της τάξης των 104% και 230% αντίστοιχα. Οι τράπεζες αξιοποίησαν τις οικονομικές συγκυρίες για να ψηφιοποιήσουν τις υπηρεσίες τους και να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό επενδύοντας στην τεχνολογία και προσφέροντας στους πελάτες τους καινοτόμα προϊόντα ηλεκτρονικής τραπεζικής που οδήγησαν σε αύξηση της ζήτησης υπηρεσιών e-banking (Floros, 2020).

### **2.7.3. Οι φορολογικές ελαφρύνσεις του νόμου 4446/2016**

Ένδειξη για την ολοένα και μεγαλύτερη υιοθέτηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών από το ελληνικό καταναλωτικό κοινό αποτελεί το γεγονός ότι ακόμα κι όταν τα capital controls άρχισαν να χαλαρώνουν, με τους περιορισμούς να γίνονται πιο ελαστικοί, η ηλεκτρονική τραπεζική εξακολούθησε την ανοδική της πορεία. Σε αυτό συνέβαλε καθοριστικά και η θεσμοθέτηση του ν. 4446/2016 που υποχρέωνε τους πολίτες να πραγματοποιούν με ηλεκτρονικό τρόπο συγκεκριμένο ποσοστό αγορών ανάλογα με το δηλωθέν τους εισόδημα. Σε αντίθετη περίπτωση προβλεπόταν φορολογική επιβάρυνση, οπότε αυτό αποτέλεσε κίνητρο για το κοινό να

πραγματοποιεί τις καταναλωτικές του δαπάνες με ηλεκτρονικές πληρωμές (ΦΕΚ 240/A/22-12-2016).

Συμπληρωματικά λειτούργησαν και τα κίνητρα που έδωσε το 2017 το Υπουργείο Οικονομικών για να διευρύνει τη χρήση πλαστικού χρήματος. Καθιερώθηκαν, με αυτό τον τρόπο, κληρώσεις στις οποίες συμμετείχαν καταναλωτές που πραγματοποιούσαν τις αγορές τους μέσω ηλεκτρονικών πληρωμών, ενώ τα χρηματικά έπαθλα θεωρήθηκε ότι θα κινήσουν το ενδιαφέρον των πολιτών, ώστε να καθιερώσουν τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής (Danchev et al., 2020).

#### **2.7.4. Η υγειονομική κρίση**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται ανοδική πορεία στη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών, όπως φαίνεται και από τα στοιχεία της Eurostat (2021). Σύμφωνα με αυτά, το ποσοστό Ελλήνων καταναλωτών που χρησιμοποιούν e-banking για τις οικονομικές τους υποχρεώσεις είναι 27%, 31%, 37% και 42% για τα έτη 2018, 2019, 2020, 2021 αντίστοιχα. Η αυξητική αυτή τάση αποδίδεται σε μεγάλο βαθμό και στην υγειονομική κρίση του Covid-19 που ενέσκηψε στα τέλη του 2019 λαμβάνοντας πανδημική μορφή και προκαλώντας πρωτοφανή ανατροπή σε όλα τα επίπεδα της καθημερινότητας των ανθρώπων (Eurostat, 2021).

Οι κυβερνήσεις επέβαλαν αυστηρά περιοριστικά μέτρα σε μια προσπάθεια ανακοπής της διασποράς του ιού. Ανάμεσα σε αυτά αποφασίστηκε υποχρεωτική αναστολή της λειτουργίας των οργανισμών και των επιχειρήσεων, απαγόρευση κυκλοφορίας και υποχρεωτική παραμονή των ατόμων κατ' οίκον με στόχο να περιοριστούν οι μετακινήσεις και να αποφευχθεί ο συγχρωτισμός. Ως εκ τούτου, κρίθηκε απαραίτητο να βρεθούν εναλλακτικοί τρόποι διεκπεραίωσης των οικονομικών υποχρεώσεων των πολιτών και των επιχειρήσεων, με τις ηλεκτρονικές πληρωμές να κερδίζουν έδαφος. Η χρήση του e-banking εξασφάλιζε την απαραίτητη κοινωνική αποστασιοποίηση και ήταν ο μόνος τρόπος να αποφευχθεί η φυσική επαφή που μπορεί να έθετε τους πολίτες σε κίνδυνο. Για τις περισσότερες επιχειρήσεις η παγκόσμια υγειονομική κρίση έδωσε την ευκαιρία και οδήγησε στον επιταχυνόμενο μετασχηματισμό τους και την επέκταση της εργαλειοθήκης των ψηφιακών υπηρεσιών τους. Οι τράπεζες δεν αποτέλεσαν εξαίρεση, καθώς κατά τη διάρκεια της πανδημίας οι άνθρωποι αναζητούσαν αποτελεσματικές και ανέπαφες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Έτσι, οι ίδιες οι τράπεζες παρακινούσαν τους πολίτες να χρησιμοποιούν

τους τρόπους ηλεκτρονικών συναλλαγών και να αποφεύγουν την επίσκεψη σε φυσικά καταστήματα (Anysiadou et al., 2021; Bechlioutis & Karamanis, 2022).

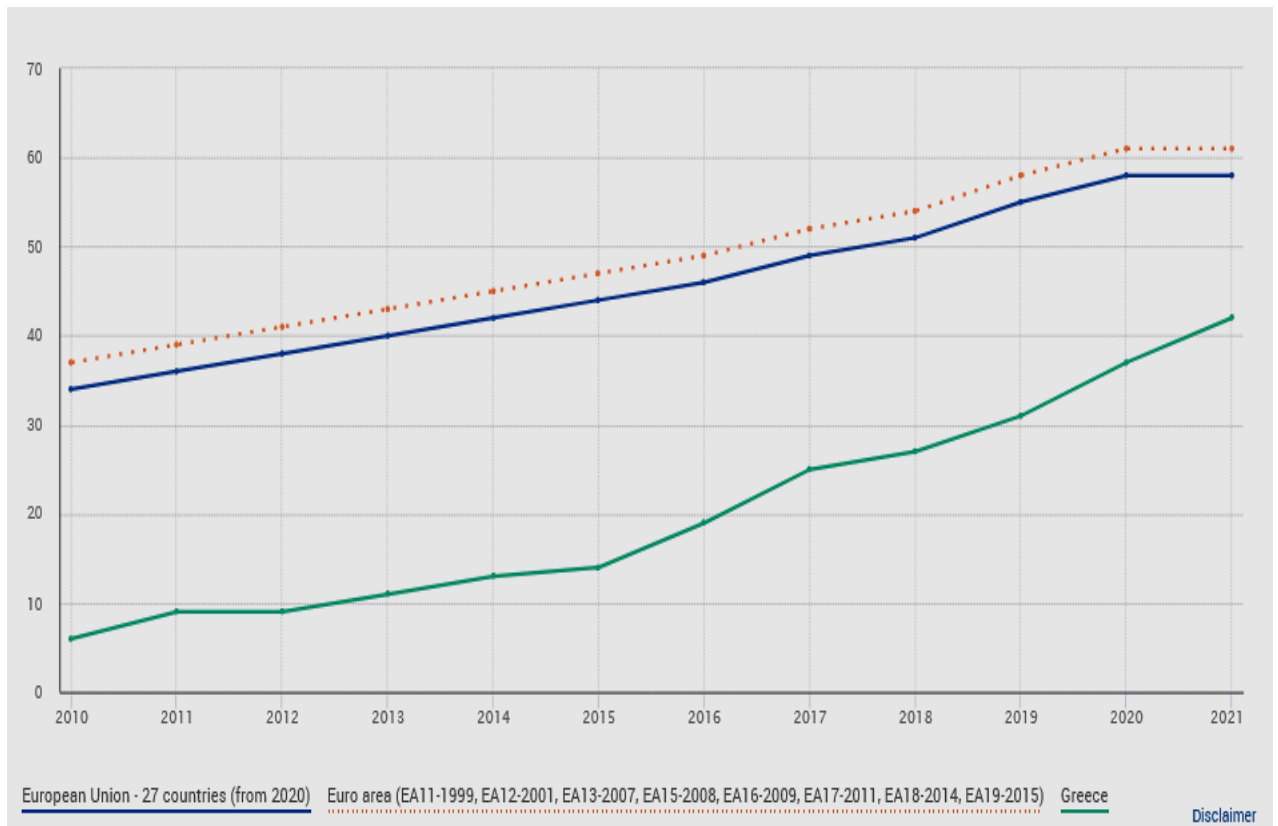
Είναι γεγονός ότι η πανδημία Covid-19 άλλαξε τη συμπεριφορά των καταναλωτών στρέφοντάς τους περισσότερο στη χρήση της χρηματοοικονομικής τεχνολογίας.

## *2.8. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες των ελληνικών τραπεζών*

Διαπιστώθηκε, λοιπόν, ότι μέσα από ένα πλήθος εξελίξεων και ανατροπών η ηλεκτρονική τραπεζική άρχισε να καθιερώνεται ως τρόπος διαχείρισης των οικονομικών συναλλαγών στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Το παρακάτω γράφημα είναι ενδεικτικό της πορείας που ακολούθησαν τα ποσοστά της χρήσης e-banking στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Συνολικά, οι ελληνικές τράπεζες παρέχουν στους πελάτες τους ψηφιακά εργαλεία, σε μια προσπάθεια να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες τους και να αναβαθμίσουν την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών τους. Όπως προαναφέρθηκε, κατά την περίοδο της οικονομικής ύφεσης άλλαξε το χρηματοπιστωτικό σκηνικό, καθώς πολλές τράπεζες συγχωνεύτηκαν ή εξαγοράστηκαν. Ωστόσο, το σύστημα άντεξε κάτω από την ασφυκτική πίεση των δημοσιονομικών δυσκολιών και δημιουργήθηκαν νέα τραπεζικά ιδρύματα και τραπεζικοί συνεταιρισμοί. Σήμερα στην Ελληνική Ένωση Τραπεζών καταγράφονται 11 τακτικά μέλη και 7 συνδεδεμένα (<https://www.hba.gr/>).

### **Γράφημα 1. Ποσοστά χρήσης e-banking στην Ελλάδα**



Πηγή: Eurostat (2021)

Παρά τις ανατρεπτικές αλλαγές που συνέβησαν τα τελευταία χρόνια σε οικονομικό επίπεδο, υπάρχουν 5 τραπεζικοί φορείς που απέδειξαν ότι μπορούν να ανταποκριθούν σε ιδιαίτερα δύσκολες οικονομικές συνθήκες και να υποστηρίξουν το χρηματοπιστωτικό σύστημα της χώρας.

- Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (ΕΤΕ)

Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος διαγράφει σημαντική πορεία στο χώρο του τραπεζικού κλάδου από το 1841, οπότε και ιδρύθηκε. Αποτελεί ένα ίδρυμα που φροντίζει ιδιαίτερα για τον εκσυγχρονισμό του προσπαθώντας συνεχώς να βελτιώσει τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει στους πελάτες της. Η ΕΤΕ έδειξε από την αρχή ενδιαφέρον για την εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής και αναζητά συστηματικά τρόπους αναβάθμισης της παρουσίας της.

Σύμφωνα με στοιχεία που αντλούνται από την επίσημη ιστοσελίδα της (<https://www.nbg.gr/el/idiwtes>) παρέχει στους πελάτες της ένα πλήθος ηλεκτρονικών επιλογών που καθιστούν την επικοινωνία μαζί της εύχρηστη και εύελικτη:

- Υπάρχει δυνατότητα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης των πελατών της είτε μέσω υπαλλήλου, είτε μέσω φωνητικής πύλης, προκειμένου να μπορέσουν να αποκτήσουν πρόσβαση στις υπηρεσίες της τράπεζας.

- Δίνεται η δυνατότητα ηλεκτρονικής εγγραφής στο internet banking ή στο mobile banking, με τη λήψη της αντίστοιχης εφαρμογής, ενώ και η δημιουργία νέου λογαριασμού μπορεί να γίνει ηλεκτρονικά μέσω on line εγγραφής χωρίς να απαιτείται παρουσία σε φυσικό κατάστημα.

- Οι πελάτες μπορούν ανά πάσα στιγμή να ενημερωθούν ηλεκτρονικά για το υπόλοιπο του λογαριασμού τους και για τις κινήσεις των καρτών τους που σχετίζονται με καταθέσεις, οφειλές, δάνεια, ενώ είναι δυνατή η εξόφληση λογαριασμών, ασφαλιστικών εισφορών και πιστωτικών καρτών.

- Υπάρχει ενημέρωση των πελατών για όλες τις συναλλαγές που συμβάλλουν στο «χτίσιμο» του αφορολόγητου.

- Υπάρχει η δυνατότητα κίνησης κεφαλαίων και μεταφοράς ποσών σε λογαριασμούς τρίτων είτε στην ίδια τράπεζα είτε σε άλλη τράπεζα.

- Η τράπεζα προσφέρει προγράμματα επιβράβευσης (go4more), με τους πελάτες να συγκεντρώνουν πόντους από τις συναλλαγές τους με τις κάρτες της τράπεζας, τους οποίους μπορούν να εξαργυρώσουν σε συμβεβλημένους εμπόρους.

- Η τράπεζα εγγυάται υψηλό επίπεδο ασφάλειας και φιλικό περιβάλλον χρήσης ενισχύοντας την αξιοπιστία της απέναντι στους πελάτες της.

Η αναβάθμιση που επιχειρεί η Τράπεζα στις ηλεκτρονικές της υπηρεσίες, ώστε να φροντίζει για την κάλυψη των αναγκών των πελατών της, έχει αναγνωριστεί και επιβραβευθεί με πλήθος διακρίσεων που την τοποθετούν στις κορυφαίες τράπεζες της χώρας (<https://www.nbg.gr/el/idiwtas/a-diakriseis>).

- Τράπεζα Πειραιώς

Η Τράπεζα Πειραιώς αποτελεί ισχυρή παρουσία στο χώρο των τραπεζικών ιδρυμάτων. Με έτος ίδρυσης το 1916 και αφού πέρασε από διάφορες φάσεις λειτουργίας σήμερα λειτουργεί ως ιδιωτική τράπεζα που δείχνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον εκσυγχρονισμό της. Αποτελεί το πρώτο τραπεζικό ίδρυμα που από το 2000 μέσω της πλατφόρμας Winbank εγκαίνιασε δράσεις ηλεκτρονικής τραπεζικής. Σήμερα εξακολουθεί να παρέχει μία μεγάλη ποικιλία χρηματοοικονομικών προϊόντων στους πελάτες της, ενώ συνεχίζει να ενδιαφέρεται για καινοτόμες πρακτικές και ψηφιακά εργαλεία. Σύμφωνα με στοιχεία της επίσημης ιστοσελίδας της



(<https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profilebrief-profile>) παρέχεται πλήθος ηλεκτρονικών δυνατοτήτων που καθιστούν την τράπεζα μια αξιόπιστη επιλογή για τους πελάτες της:

- Δίνεται η δυνατότητα μεταφοράς κεφαλαίων σε λογαριασμούς μέσα στα πλαίσια της τράπεζας ή και σε λογαριασμούς τρίτων εκτός τράπεζας, ακόμα και στο εξωτερικό.

- Μέσω της ηλεκτρονικής τραπεζικής διεκπεραιώνονται πληρωμές κάθε είδους οφειλών: κάρτες, δάνεια, λογαριασμοί, εισφορές, οφειλές προς το δημόσιο.

- Παρέχεται η υπηρεσία «Λεφτά στο Λεπτό» για ανάληψη μετρητών χωρίς τη χρήση κάρτας.

- Έχει εγκαινιαστεί η υπηρεσία e-branch, βάσει της οποίας οι χρήστες των υπηρεσιών της τράπεζας είναι δυνατόν να επικοινωνήσουν με βιντεοκλήση με τραπεζικό υπάλληλο, ώστε να διευκολυνθούν στις συναλλαγές τους. Το e-branch θεωρήθηκε ιδιαίτερα καινοτόμο εργαλείο, ειδικά μέσα στις συνθήκες της πανδημίας, οπότε και έπρεπε να περιοριστεί η ανθρώπινη αλληλεπίδραση αλλά και για άτομα με ειδικές ανάγκες που δεν είναι πάντα σε θέση να εξυπηρετηθούν με φυσική παρουσία στην τράπεζα.

- Είναι σε ισχύ πρόγραμμα επιβράβευσης (πρόγραμμα yellow), για να ενθαρρύνει τις συναλλαγές με κάρτες με αντάλλαγμα τη συγκέντρωση πόντων που εξαργυρώνονται σε συμβεβλημένα καταστήματα.

- παρέχεται 24ωρη τηλεφωνική εξυπηρέτηση (Winbank phone banking) με τους πελάτες να μπορούν να εξυπηρετηθούν μέσω τηλεφωνικού κέντρου που διαθέτει προηγμένο σύστημα απόκρισης για τη διεκπεραίωση των συναλλαγών.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Τράπεζα Πειραιώς έχει αποσπάσει πληθώρα εθνικών και διεθνών διακρίσεων μετά από αξιολόγηση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχει από ομάδες ειδικών με μεγάλη εμπειρία στον χρηματοπιστωτικό χώρο (<https://www.piraeusbank.gr/el/Idiwtes/Trapezikes-Ypiresies/e-Banking/Vraveia#2022>).

- Alpha Bank

Η Alpha Bank αποτελεί μία από τις πρώτες τράπεζες που καθιερώθηκαν στο χώρο ξεκινώντας το 1879 ως «Τράπεζα Καλαμών» και συνεχίζοντας το 1924 ως «Τράπεζα Πίστεως». Αποτελεί, επίσης, μία από τους πρώτους ομίλους του χώρου που

εγκαινίασαν την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής προς τους πελάτες της το έτος 1998 ([https:// www.alpha.gr/el/omilos/alpha-bank/istoria](https://www.alpha.gr/el/omilos/alpha-bank/istoria)).

Η Alpha Bank ακόμα και σήμερα δείχνει να ακολουθεί ευέλικτη λειτουργία προσαρμοζόμενη στις τεχνολογικές εξελίξεις, ώστε να διευκολύνει τις συναλλαγές των πελατών της. Έτσι, με την αξιοποίηση κατάλληλων προγραμμάτων (my alpha web, my alpha phone, my alpha mobile) παρέχει ένα πλήθος υπηρεσιών προς τους χρήστες εξυπηρετώντας τις ανάγκες τους. Σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα της τράπεζας (<https://www.alpha.gr/el/idiotes/myalpha/e-banking>) παρέχονται οι εξής ηλεκτρονικές υπηρεσίες:

- Διεκπεραιώνονται μεταφορές κεφαλαίων σε λογαριασμούς τρίτων εντός και εκτός της τράπεζας, παρακολουθείται η κίνηση και το υπόλοιπο του λογαριασμού, εξοφλούνται δάνεια, δόσεις, οφειλές προς το δημόσιο, ασφαλιστικές εισφορές, λογαριασμοί ΔΕΚΟ.

- Δίνεται η δυνατότητα για τηλεφωνική εξυπηρέτηση πελατών με διευρυμένο ωράριο, ενώ διατίθενται συνεχώς οι υπηρεσίες home banking και mobile banking, όπου ο πελάτης συνδέεται με χρήση προσωπικών κωδικών και πραγματοποιεί τις συναλλαγές του.

- Η τράπεζα δίνει τη δυνατότητα μέσω συγκεκριμένης εφαρμογής για απομακρυσμένη εγγραφή χρήστη και άνοιγμα λογαριασμού, με μόνη προϋπόθεση τη βιντεοκλήση με υπάλληλο της τράπεζας για επιβεβαίωση των στοιχείων και αποστολή των απαραίτητων δικαιολογητικών, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία σε κατάστημα της τράπεζας.

Την τελευταία πενταετία η Τράπεζα εκσυγχρόνισε ακόμα περισσότερο το σύστημα ηλεκτρονικών συναλλαγών της παρέχοντας αξιοπιστία και ασφάλεια και βελτιώνοντας την εμπειρία των πελατών της. Η Alpha Bank έχει αποσπάσει βραβεία που επιβεβαιώνουν την τάση της να καινοτομεί στο χώρο της ηλεκτρονικής τραπεζικής (<https://www.alpha.gr/el/omilos/alpha-bank/diakriseis>).

- Eurobank

Παρόλο που η Eurobank δραστηριοποιείται στο χώρο των τραπεζικών ιδρυμάτων τις τελευταίες δεκαετίες, σχετικά γρήγορα καθιερώθηκε επιδεικνύοντας ενεργό ενδιαφέρον και για την παροχή ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Η επίσημη ιστοσελίδα της Τράπεζας ([https:// www.eurobank.gr/el/retail](https://www.eurobank.gr/el/retail)) αναφέρει αναλυτικά τις υπηρεσίες που παρέχονται και που εξυπηρετούν τις ανάγκες των πελατών της:

- Εξυπηρετούνται συναλλαγές που σχετίζονται με μεταφορές κεφαλαίων σε λογαριασμούς εντός και εκτός της τράπεζας, πληρωμές δόσεων, λογαριασμών, οφειλών, ασφαλιστικών εισφορών, χρηματιστηριακές υπηρεσίες και παρακολούθηση της κίνησης και του υπολοίπου του λογαριασμού.

- Παρέχεται η δυνατότητα για εξ αποστάσεως υπηρεσίες internet banking και mobile banking με τη χρήση προσωπικών κωδικών από τους χρήστες.

- Η Τράπεζα διαθέτει ιδιαίτερα προηγμένο τηλεφωνικό δίκτυο (europhone banking) με καινοτόμα εργαλεία και έμπειρο προσωπικό, ώστε να εξυπηρετούνται οι πελάτες στις συναλλαγές τους.

- Δίνεται η δυνατότητα για υπηρεσία virtual banking. Ο χρήστης επικοινωνεί με εκπρόσωπο της τράπεζας μετά από ηλεκτρονικό ραντεβού μέσω βιντεοκλήσης και παρέχονται εξειδικευμένες υπηρεσίες χωρίς να απαιτείται φυσική παρουσία στο κατάστημα της τράπεζας.

- Η Τράπεζα διαθέτει πρόγραμμα επιβράβευσης (πρόγραμμα Επιστροφή) για ενθάρρυνση της χρήσης πιστωτικών καρτών στις συναλλαγές των πελατών.

Η παρουσία της Eurobank στον τραπεζικό χώρο ξεχωρίζει για την ποιότητα και την αξιοπιστία τους, όπως αποδεικνύουν οι πολλές διακρίσεις που έχει αποσπάσει για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχει (<https://www.eurobank.gr/el/omilos/poioi-eimaste/oi-diakriseis-tou-omilou-eurobank/ilektronikes-upiresies>).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

#### *3.1. Σκοπός και ερευνητικά ερωτήματα*

Σκοπός στην παρούσα μελέτη αποτελεί η διερεύνηση του βαθμού υιοθέτησης των ηλεκτρονικών πληρωμών από το ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Συγκεκριμένα, εξετάζεται κατά πόσον οι καταναλωτές είναι διατεθειμένοι να χρησιμοποιήσουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από τα τραπεζικά ιδρύματα προς εξόφληση των υποχρεώσεών τους και εν συνεχεία γίνεται έλεγχος της επίδρασης των χαρακτηριστικών των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Τα ερευνητικά ερωτήματα, που προέκυψαν για την μελέτη, είναι τα επόμενα:

- Ποιο είναι το ποσοστό των καταναλωτών που χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες για τη διενέργεια πληρωμών;
- Ποια είναι η συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών;
- Ποιοι παράγοντες και σε ποιο βαθμό δύναται να επιδράσουν στην υιοθέτηση και στη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές;
- Ποιοι παράγοντες και σε ποιο βαθμό δύναται να επηρεάζουν αρνητικά τη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές;

#### *3.2. Κριτήρια συμμετοχής και αποκλεισμού από την έρευνα*

Διεξήχθη μία έρευνα με καταναλωτές, που κάνουν χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τα κριτήρια, σχετικά με την συμμετοχή στην παρούσα έρευνα, αφορούσαν στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών από τους καταναλωτές, ενώ έπρεπε οι ίδιοι να κατανοούν την έννοια αυτή για να απαντήσουν στις δηλώσεις του ερωτηματολογίου. Τα κριτήρια, σχετικά με την αποκλεισμό στην παρούσα έρευνα, αφορούσαν κυρίως στα χαρακτηριστικά αυτά, που οδηγούσαν σε ομογενοποίηση, δηλαδή όπως η συλλογή ατόμων με παρόμοια χαρακτηριστικά. Επιπλέον, αποκλείστηκαν καταναλωτές, οι οποίοι δεν πραγματοποιούσαν καμία συναλλαγή μέσω ιντερνέτ. Το δείγμα το οποίο και θα μελετηθεί, είναι σε αριθμό 139 άτομα, τα οποία πληρούσαν καθένα κριτήριο συμμετοχής στην ερευνητική διαδικασία.

### *3.3. Διαδικασία και εργαλείο συλλογής δεδομένων*

Συλλέχθηκαν 139 ερωτηματολόγια, μέσω της πλατφόρμας Google forms, στο χρονικό διάστημα 11/09/2022-11/11/2022, χρησιμοποιώντας δείγμα ευκολίας. Ο μέσος χρόνος, που χρειάζεται, για να συμπληρωθεί το ερωτηματολόγιο, ήταν προσεγγιστικά 6-8 λεπτά. Στο ερωτηματολόγιο, όπως αυτό διαμοιράσθηκε, περιέχεται ένα συνοδευτικό κείμενο, στο οποίο παρουσιάζεται τόσο ο σκοπός της έρευνας, όσο και διευθετούνται θέματα, διασφάλισης της ανωνυμίας, αλλά και της εμπιστευτικότητας για τα προσωπικά δεδομένα. Τέλος, υπάρχουν τα στοιχεία της ερευνήτριας.

Το ερωτηματολόγιο δομείται σε τρία μέρη: α) κείμενο ενημέρωσης με το σκοπό της έρευνας, β) ερωτηματολόγιο με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, γ) ερωτηματολόγιο στάσεων των καταναλωτών για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Πιο διεξοδικά, το ερωτηματολόγιο, το οποίο δόθηκε στους καταναλωτές, με βάση τη δομή του, είναι ως εξής:

#### **3.3.1. Ερωτηματολόγιο δημογραφικών χαρακτηριστικών**

Το ερωτηματολόγιο, σχετικά με την καταγραφή των δημογραφικών στοιχείων των συμμετεχόντων περιλάμβανε 9 ερωτήματα. Τα ερωτήματα αυτά αναφέρονται στα προσωπικά χαρακτηριστικά: φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, εργασία, ώρες εργασίας, επαγγελματική κατάσταση, επαγγελματική προϋπηρεσία.

#### **3.3.2. Ενότητα εκτίμησης στάσεων ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές**

Η ενότητα αυτή χρησιμοποιείται για να αποτυπωθούν οι απόψεις ως προς το βαθμό χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και αποτελείται από 10 ερωτήσεις κλειστού τύπου, ορισμένες εκ των οποίων παρουσιάζουν ανοδική κλιμάκωση στις απαντήσεις, όντας διατακτικές, όπως οι μεταβλητές «βαθμός διείδυσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην οικονομία και γενικότερα στην κοινωνία», «βαθμός εξοικείωσης με τις ηλεκτρονικές πληρωμές», «χρονικό διάστημα χρήσης τραπεζικών προϊόντων», «χρονικό διάστημα χρήσης του Internet για τις τραπεζικές σας

συναλλαγές», «ώρες στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές», «βαθμός ικανοποίησης από την εξυπηρέτηση μέσω διαδικτύου σε σχέση με την εξυπηρέτηση μέσω καταστήματος» και άλλες, οι οποίες είναι κατηγορικές όπως «σημαντικότερος λόγος χρήσης του Internet Banking», «συναλλαγές με χρήση του Διαδικτύου», «μειονεκτήματα του Internet Banking», «συχνότερη χρήση του Internet Banking στο αμέσως επόμενο διάστημα».

Για το ερωτηματολόγιο για το βαθμό αποδοχής των ηλεκτρονικών συναλλαγών έγινε υπολογισμός του συντελεστή εσωτερικής αξιοπιστίας Cronbach's alpha. Βάσει του τρόπου, με τον οποίο ορίζονται τα διαστήματα για την αξιολόγηση της αξιοπιστίας, το διάστημα τιμών 0,70-0,79 αντιστοιχεί σε αποδεκτή εσωτερική αξιοπιστία, οι τιμές 0,80-0,89 αντιστοιχούν σε καλή εσωτερική αξιοπιστία και οι τιμές 0,90-1,00 αντιστοιχούν σε άριστη εσωτερική αξιοπιστία του εργαλείου. Από την αξιολόγηση της αξιοπιστίας του εργαλείου, βάσει των απαντήσεων, που δόθηκαν από τους καταναλωτές για το σύνολο των ερωτήσεων, ο δείκτης Cronbach's alpha ισούται με 0,774.

Πίνακας 1: *Αξιοπιστία του εργαλείου*

<b>Κλίμακα</b>	<b>Cronbach's alpha</b>
Ερωτηματολόγιο	0,774

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

#### 4.1. Ανάλυση δεδομένων

Ως εξαρτημένες μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν οι βαθμολογίες, που προήλθαν από την ποσοτικοποίηση των απόψεων των καταναλωτών για την υιοθέτηση, μέσω του βαθμού διείδυσης και εξοικείωσης με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, αλλά και τη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές, μέσω του χρονικού διαστήματος χρήσης των τραπεζικών προϊόντων και του ιντερνέτ για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές αλλά και των ωρών σε εβδομαδιαία βάση στο ιντερνέτ για τραπεζικές συναλλαγές.

Η βαθμολογία, που υπολογίζεται από την αξιολόγηση των απόψεων ως προς το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών, γίνεται μέσα από τη χρήση της μέσης τιμής των απαντήσεων από τις ερωτήσεις σχετικά με τους βαθμούς διείδυσης και εξοικείωσης, με τιμές 1 έως 6. Η αύξηση στη βαθμολογία συνεπάγεται την ταυτόχρονη αύξηση του βαθμού υιοθέτησης των ηλεκτρονικών συναλλαγών από τους καταναλωτές. Πρόσθετα, η βαθμολογία, που υπολογίζεται μέσω της αξιολόγησης των απόψεων ως προς τη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, γίνεται μέσα από τη χρήση της μέσης τιμής των απαντήσεων από τις ερωτήσεις για το χρονικό διάστημα χρήσης των τραπεζικών προϊόντων και του ιντερνέτ για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, με τιμές 1 έως 4. Η αύξηση στη βαθμολογία συνεπάγεται την ταυτόχρονη αύξηση της συχνότητας των ηλεκτρονικών συναλλαγών από τους καταναλωτές. Επιπλέον, για την αξιολόγηση της συχνότητας χρήσης, χρησιμοποιούνται και οι ώρες που αφιερώνονται στο Internet για τις τραπεζικές συναλλαγές με τρεις βαθμίδες διαβάθμισης των απαντήσεων, με τιμές 1 έως 3.

Για την παρουσίαση των ανεξάρτητων μεταβλητών χρησιμοποιήθηκαν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Η παρουσίαση των ποιοτικών μεταβλητών της έρευνας πραγματοποιήθηκε, χρησιμοποιώντας τις απόλυτες (n), αλλά και σχετικές συχνότητες (%), ενώ η παρουσίαση των ποσοτικών μεταβλητών πραγματοποιήθηκε, χρησιμοποιώντας τα κατάλληλα, κατά περίπτωση, μέτρα για τη θέση και τη διασπορά, δηλαδή την μέση τιμή, την τυπική απόκλιση, αλλά και την ελάχιστη και μέγιστη τιμή. Για τον έλεγχο για τις ποσοτικές μεταβλητές, για το αν

αυτές ακολουθούν την κανονική κατανομή, χρησιμοποιήθηκε η δοκιμή Kolmogorov-Smirnov.

Για να αξιολογηθούν οι σχέσεις, που διέπουν τις μεταβλητές, χρησιμοποιείται η Επαγωγική Ανάλυση. Για τις μεταβλητές αυτές, που ακολουθούσαν την κανονική κατανομή, ο έλεγχος για το αν υπάρχουν σχέσεις μεταξύ ποσοτικής μεταβλητής και των ανεξάρτητων διχοτομικών μεταβλητών, πραγματοποιήθηκε με τη δοκιμή  $t$  – test, ενώ για αυτές, όπου δεν ακολουθούσαν την κανονικότητα, εφαρμόζεται η δοκιμή Mann – Whitney. Για τις μεταβλητές αυτές, που ακολουθούσαν την κανονική κατανομή, ο έλεγχος για το αν υπάρχουν σχέσεις μεταξύ ποσοτικής μεταβλητής και των ανεξάρτητων μεταβλητών με τουλάχιστον 3 κατηγορίες απαντήσεων, πραγματοποιήθηκε με την ανάλυση One – Way ANOVA, ενώ για αυτές, όπου δεν ακολουθούσαν την κανονικότητα, εφαρμόζεται η ανάλυση Kruskal – Wallis. Για να αξιολογηθούν οι σχέσεις, μεταξύ δύο ποσοτικών μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε ο συντελεστής συσχέτισης Pearson, παραμετρικά, ενώ η δοκιμή Spearman μη παραμετρικά. Για τον έλεγχο μεταξύ ποιοτικών μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε η δοκιμασία  $\chi^2$ .

Ως επίπεδο της σημαντικότητας των ελέγχων, ορίστηκε το 5%, εκτός από περιπτώσεις, στις οποίες γίνεται αναφορά κάτι διαφορετική τιμή στο κάτω μέρος των πινάκων. Η ανάλυση των δεδομένων, που συλλέχθηκαν, πραγματοποιήθηκε, κάνοντας του λογισμικού IBM SPSS Statistics 25.0.

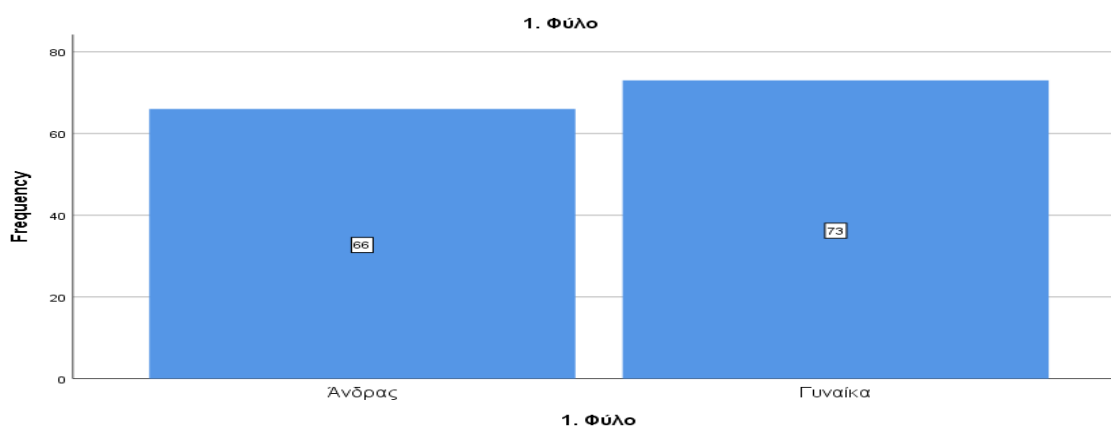
## 4.2. Περιγραφική Στατιστική

### 4.2.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων

Το υπό μελέτη δείγμα αριθμεί σε 139 άτομα, για τους οποίους έγινε καταγραφή των χαρακτηριστικών τους, τα οποία παρουσιάζονται στον πίνακα 2. Το 47,5% των συμμετεχόντων ήταν άντρες, ενώ το λοιπό 52,5% γυναίκες (Γράφημα 1). Κάτω των 25 ετών εμφανίζεται το 22,1%, το 52,0% ήταν 26-35 ετών, το 7,6% ήταν 36-45 ετών, το 9,9% 46-55 ετών, ενώ το 8,4% ήταν άνω των 55 ετών. Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των συμμετεχόντων, αυτό διαμορφώθηκε, με το 1,4% να έχουν υποχρεωτική εκπαίδευση, το 9,4% δευτεροβάθμια εκπαίδευση, το 59,7% Πανεπιστημιακή εκπαίδευση και το 27,5% κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού τίτλου. Ως προς την



οικογενειακή κατάσταση, οι συμμετέχοντες είναι άγαμοι στο 68,3% και έγγαμοι στο των περιπτώσεων 31,7%.



Γράφημα 1: Φύλο συμμετεχόντων

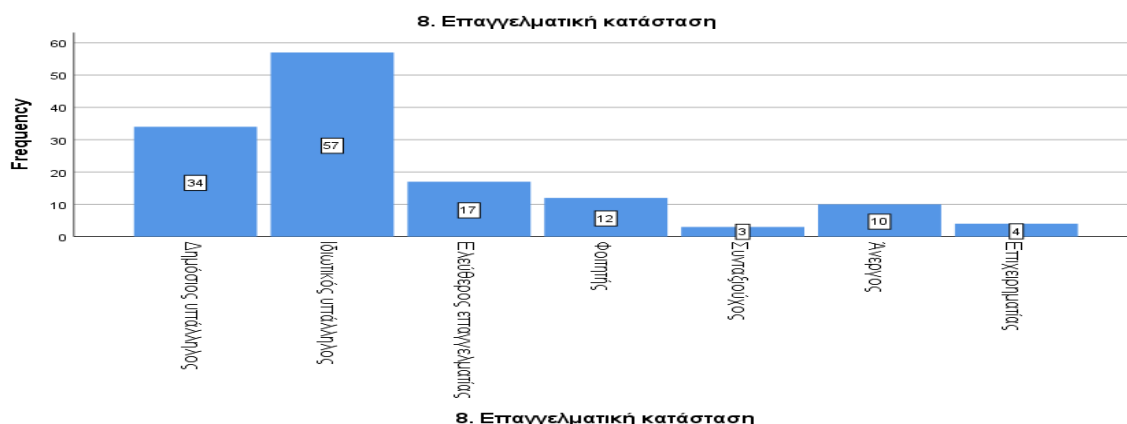
Το 13,7% των συμμετεχόντων αναφέρει πως έχει ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 0-5000 ευρώ, το 21,6% από 5001-10000 ευρώ, το 17,3% 10001-15000 ευρώ, το 12,9% 15001-20000 ευρώ, το 17,3% 20001-30000, το 7,9% 30001-40000, το 3,6% 40001-50000 και το 5,8% περισσότερα από 50000 ευρώ (Γράφημα 2). Αναφορικά με την εργασία, το 80,6% απάντησε θετικά, ενώ το 19,4% αρνητικά. Οι ώρες εργασίας σε ημερήσιο επίπεδο είναι κατά μέση τιμή περίπου 8 (7,869 ώρες), η τυπική απόκλιση είναι ίση με 1,914, ενώ οι ελάχιστες και οι μέγιστες ώρες είναι 4 και 14 αντίστοιχα.



Γράφημα 2: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα σε ευρώ

Τέλος, σε περαιτέρω ανάλυση, που υλοποιήθηκε για τη σύσταση του δείγματος (Γράφημα 3), απεδείχθη πως 24,8% των συμμετεχόντων, ήταν δημόσιοι υπάλληλοι,

το 41,6% ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι, το 12,4% ελεύθεροι επαγγελματίες, το 2,9% επιχειρηματίες, το 8,8% φοιτητές, το 2,2% συνταξιούχοι και το 7,3% άνεργοι. Αναφορικά με την επαγγελματική τους προϋπηρεσία, το 69,1% είχε 0-10 έτη εργασίας, το 13,7% 11-20 έτη, το 10,1% 21-30 έτη και το 7,2% δήλωσε 31-40 έτη.



Γράφημα 3: Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων

Πίνακας 2: Δημογραφικά χαρακτηριστικά συμμετεχόντων

Μεταβλητή	Απαντήσεις	Συχνότητα (f)	Ποσοστό (%)
<b>Φύλο</b>	Άνδρας	66	47,5
	Γυναίκα	73	52,5
<b>Ηλικία</b>	Κάτω των 25 ετών	29	22,1
	26-35 ετών	68	52,0
	36-45 ετών	10	7,6
	46-55 ετών	13	9,9
	Άνω των 55 ετών	11	8,4
<b>Οικογενειακή κατάσταση</b>	Άγαμος/η	95	68,3
	Έγγαμος/η	44	31,7
<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>	Υποχρεωτική εκπαίδευση	2	1,4
	Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	13	9,4
	Τριτοβάθμια εκπαίδευση	83	59,7
	Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	41	29,5
<b>Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του νοικοκυριού</b>	0-5.000 €	19	13,7
	5.001-10.000 €	30	21,6
	10.001-15.000 €	24	17,3
	15.001-20.000 €	18	12,9
	20.001-30.000 €	24	17,3
	30.001-40.000 €	11	7,9
	40.001-50.000 €	5	3,6
	≥50.001 €	8	5,8
<b>Εργάζεστε;</b>	Ναι	112	80,6
	Όχι	27	19,4
<b>Επαγγελματική κατάσταση</b>	Δημόσιος υπάλληλος	34	24,8
	Ιδιωτικός υπάλληλος	57	41,6
	Ελεύθερος επαγγελματίας	17	12,4
	Επιχειρηματίας	4	2,9

	Φοιτητής	12	8,8	
	Συνταξιούχος	3	2,2	
	Ανεργος	10	7,3	
Επαγγελματική προϋπηρεσία	0-10 έτη	96	69,1	
	11-20 έτη	19	13,7	
	21-30 έτη	14	10,1	
	31-40 έτη	10	7,2	
<b>Μεταβλητή</b>	<b>Μέση τιμή</b>	<b>Τυπική απόκλιση</b>	<b>Μέγιστο</b>	<b>Ελάχιστο</b>
Αν ναι, πόσες ώρες ημερησίως;	7,869	1,914	14	4

#### 4.2.2. Ανάλυση απόψεων των καταναλωτών ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές

Στον Πίνακα 3 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς τον βαθμό διείσδυσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην οικονομία και γενικότερα στην κοινωνία. Πιο αναλυτικά, το 1,4% των καταναλωτών παραδέχεται πως είναι λίγη η διείσδυση αυτή στις ζωές των ανθρώπων, μέτρια απαντάει το 5,8%, με το 43,2% να πιστεύει πως αυτό συμβαίνει πολύ και το 49,6% να αναφέρει πως ισχύει πάρα πολύ.

Πίνακας 3: Απαντήσεις σχετικά με τον βαθμό διείσδυσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής στην οικονομία και γενικότερα στην κοινωνία

Δήλωση	Καθόλου		Λίγο		Μέτρια		Πολύ		Πάρα πολύ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Βαθμός διείσδυσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής	0	0,0	2	1,4	8	5,8	60	43,2	69	49,6

Στον Πίνακα 4 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς τον βαθμό εξοικείωσης με τις ηλεκτρονικές πληρωμές. Πιο αναλυτικά, το 0,7% των καταναλωτών παραδέχεται πως δεν είναι καθόλου εξοικειωμένο με τις ηλεκτρονικές πληρωμές, το 2,9% είναι λίγο εξοικειωμένο, μέτρια εξοικειωμένο δηλώνει το 17,3%, το 39,6% πολύ εξοικειωμένο και το 39,6% πάρα πολύ.

Πίνακας 4: Απαντήσεις σχετικά με το βαθμό εξοικείωσης με τις ηλεκτρονικές πληρωμές

Δήλωση	Καθόλου		Λίγο		Μέτρια		Πολύ		Πάρα πολύ	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Βαθμός εξοικείωσης με τις ηλεκτρονικές πληρωμές	1	0,7	4	2,9	24	17,3	55	39,6	55	39,6

Στον Πίνακα 5 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς το χρονικό διάστημα χρήσης τραπεζικών προϊόντων αλλά και του internet για τις τραπεζικές συναλλαγές. Πιο αναλυτικά, αναφορικά με τη χρήση των τραπεζικών προϊόντων, το 12,2% αναφέρει πως χρησιμοποιεί τα προϊόντα για 1 μήνα έως 1 έτος, το 41,7% τα χρησιμοποιεί για 1 έως 5 έτη, το 28,1% τα χρησιμοποιεί για 5 έως 10 έτη, ενώ για περισσότερα από 10 έτη τα χρησιμοποιούν στο 18,0% του δείγματος. Ως προς τη χρήση του internet για τις τραπεζικές συναλλαγές, το χρονικό διάστημα χρήσης για το 12,2% είναι από 1 μήνα έως 1 έτος, για το 56,1% από 1 έως 5 έτη, για το 24,5% από 5 έως 10 έτη και για περισσότερα από 10 έτη απαντά το 7,2%.

Πίνακας 5: Απαντήσεις σχετικά με το χρονικό διάστημα χρήσης τραπεζικών προϊόντων και του internet για τις τραπεζικές συναλλαγές

Δήλωση	1 μήνα έως 1 έτος		1 έως 5 έτη		5 έως 10 έτη		Παραπάνω από 10 έτη	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Χρονικό διάστημα χρήσης των τραπεζικών προϊόντων	17	12,2	58	41,7	39	28,1	25	18,0
Χρονικό διάστημα χρήσης του internet για τις τραπεζικές συναλλαγές	17	12,2	78	56,1	34	24,5	10	7,2

Στον Πίνακα 6 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς το σημαντικότερο λόγο χρήσης του Internet Banking. Πιο αναλυτικά, το 65,5% ως πιο σημαντική την ευκολία και την απλοποίηση των διαδικασιών μέσω του Internet Banking, ποσοστό που έρχεται να προστεθεί στο 29,5% των συμμετεχόντων, οι οποίοι κρίνουν τη δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης ως το πιο σημαντικό λόγο. Μόλις το 1,4% δηλώνει πως το χαμηλότερο κόστος είναι ο σημαντικότερος λόγος, ενώ 3,6% υποστηρίζει πως διαθέτει περιορισμένο χρόνο.

Πίνακας 6: Απαντήσεις σχετικά με το σημαντικότερο λόγο για τη χρήση του Internet Banking

Δήλωση	Ευκολία - απλοποίηση διαδικασιών		Η δυνατότητα 24ωρης εξυπηρέτησης		Χαμηλότερο κόστος (καθώς κάποιες τράπεζες προσφέρουν χαμηλότερες προμήθειες)		Διαθέτω περιορισμένο χρόνο	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Σημαντικότερος λόγος χρήσης του Internet Banking	91	65,5	41	29,5	2	1,4	5	3,6

Στον Πίνακα 7 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς το χρόνο που αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές. Πιο αναλυτικά, το 76,2% των καταναλωτών παραδέχεται πως αφιερώνει στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές λιγότερο από 1 ώρα την εβδομάδα, το 21,6% από 1 έως 5 ώρες την εβδομάδα, ενώ το 2,2% απάντησε «Πάνω από 5 ώρες την εβδομάδα».

Πίνακας 7: Απαντήσεις σχετικά με το χρόνο που αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές

Δήλωση	Λιγότερο από 1 ώρα την εβδομάδα		Από 1-5 ώρες την εβδομάδα		Πάνω από 5 ώρες την εβδομάδα	
	N	%	N	%	N	%
Χρόνος που αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές	106	76,2	30	21,6	3	2,2

Στον Πίνακα 8 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς τις συναλλαγές, για τις οποίες χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο. Πιο αναλυτικά, το διαδίκτυο χρησιμοποιείται για Πληρωμές λογαριασμών ΔΕΚΟ, πιστωτικών καρτών, δανείων, μεταφορές υπολοίπων, εμβάσματα σύμφωνα με το 29,5%. Για το 21,6%, η βασικότερη συναλλαγή είναι η ενημέρωση υπολοίπων λογαριασμών πιστωτικών καρτών-δανείων. Πολύ σημαντική θεωρείται μία συναλλαγή όπως οι πληροφορίες σχετικά με χρηματοοικονομικά προϊόντα, (κάρτες, δάνεια, ασφάλειες, τιμές μετοχών κ.α.) για το 2,2%, ενώ για όλες τις παραπάνω απάντησε η πλειοψηφία (46,7%).

Πίνακας 8: Απαντήσεις σχετικά με τις συναλλαγές για τις οποίες χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο

Δήλωση	Πληρωμές λογαριασμών ΔΕΚΟ, πιστωτικών καρτών, δανείων, μεταφορές υπολοίπων, εμβάσματα		Ενημέρωση υπολοίπων λογαριασμών πιστωτικών καρτών-δανείων		Πληροφορίες σχετικά με χρηματοοικονομικά προϊόντα, (κάρτες, δάνεια, ασφάλειες, τιμές μετοχών κ.α.)		Για όλες τις παραπάνω	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Συναλλαγές που χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο	41	29,5	30	21,6	3	2,2	65	46,7

Στον Πίνακα 9 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς την ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση μέσω διαδικτύου σε σχέση με την εξυπηρέτηση μέσω καταστήματος. Πιο αναλυτικά, το 4,3% των ερωτηθέντων

υποστηρίζει πως δεν εμπιστεύεται το Internet Banking παρά μόνο για ενημερωτικές κινήσεις, το 5,8% θεωρεί πως η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου είναι κατώτερη από αυτήν του καταστήματος. Επιπλέον, το 46,0% υποστηρίζει πως η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου είναι ισάξια με αυτήν του καταστήματος, ενώ 43,9% αναφέρει πως η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου υπερέχει πολύ από αυτήν του καταστήματος.

Πίνακας 9: Απαντήσεις σχετικά με την ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση μέσω διαδικτύου σε σχέση με την εξυπηρέτηση μέσω καταστήματος

Δήλωση	Δεν εμπιστεύομαι το Internet Banking παρά μόνο για ενημερωτικές κινήσεις.		Η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου είναι κατώτερη από αυτήν του καταστήματος.		Η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου είναι ισάξια με αυτήν του καταστήματος.		Η εξυπηρέτηση μέσω Διαδικτύου υπερέχει πολύ από αυτήν του καταστήματος.	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Ικανοποίηση από την εξυπηρέτηση μέσω διαδικτύου σε σχέση με την εξυπηρέτηση μέσω καταστήματος	6	4,3	8	5,8	64	46,0	61	43,9

Στον Πίνακα 10 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς τα μειονεκτήματα του Internet Banking. Πιο αναλυτικά, το 30,9% των ερωτηθέντων υποστηρίζει πως δεν υπάρχει ασφάλεια προσωπικών δεδομένων, ενώ αντίθετα το 16,5% αναφέρει πως δεν παρέχει ασφάλεια των συναλλαγών. Το 27,4% προκρίνει την ανεπαρκή και ελλιπή πληροφόρηση ως μειονέκτημα, ενώ το 6,5% θεωρεί πως η εξυπηρέτηση είναι αργή. Τέλος, για το 18,7% θεωρεί πολύπλοκο το Internet Banking.

Πίνακας 10: Απαντήσεις σχετικά με τα μειονεκτήματα του Internet Banking

Δήλωση	Δεν υπάρχει ασφάλεια προσωπικών δεδομένων		Δεν παρέχει ασφάλεια των συναλλαγών		Ανεπαρκής και ελλιπής πληροφόρηση		Αργή εξυπηρέτηση		Το θεωρώ πολύπλοκο	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Μειονεκτήματα του Internet Banking	43	30,9	23	16,5	38	27,4	9	6,5	26	18,7

Στον Πίνακα 11 παρουσιάζεται η κατανομή των συχνοτήτων για τις απαντήσεις ως προς τη συχνότερη χρήση του Internet Banking στο αμέσως επόμενο διάστημα. Πιο αναλυτικά, το 2,2% των ερωτηθέντων υποστηρίζει πως δεν θα γίνει ποτέ κάτι τέτοιο, ενώ κάποιοι από αυτούς παραδέχονται πως η συχνότερη χρήση θα επέλθει σε διάστημα πάνω από ένα έτος (9,4%). Το 38,1% υποστηρίζει πως είναι άμεση

προτεραιότητα η πιο συχνή χρήση, αντίθετα από το 50,3%, που δεν γνωρίζει τι πρέπει να κάνει.

Πίνακας 11: Απαντήσεις σχετικά με τη συχνότερη χρήση του Internet Banking στο αμέσως επόμενο διάστημα

Δήλωση	Ποτέ		Σε διάστημα πάνω από ένα έτος		Άμεση προτεραιότητα		Δεν ξέρω/Δεν απαντώ	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Συχνότερη χρήση του Internet Banking στο αμέσως επόμενο διάστημα	3	2,2	13	9,4	53	38,1	70	50,3

### 4.3. Επαγωγική στατιστική

#### 4.3.1. Ανάλυση κανονικής κατανομής

Ο έλεγχος της κανονικής κατανομής, όπου παρουσιάζεται στον πίνακα 12, για κάθε ποσοτική μεταβλητή, που δημιουργήθηκε βάσει του ερωτηματολογίου, απέδειξε πως καθεμία από αυτές ακολουθούν την κανονικότητα, δηλαδή ο βαθμός υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών ( $p=0,200$ ) και η συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών, μέσω του χρονικού διαστήματος χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών ( $p=0,121$ ).

Πίνακας 12: Κανονική κατανομή ποσοτικών μεταβλητών

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Statistic	df	Sig.
Υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών	,058	107	,200*
Χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών	,083	107	,121

Για την πραγματοποίηση των ελέγχων στο κομμάτι της Επαγωγικής Ανάλυσης, γίνεται χρήση παραμετρικών ελέγχων, για τις μεταβλητές εκείνες, που δημιουργήθηκαν βάσει του ερωτηματολογίου και οι οποίες ακολουθούσαν την κανονική κατανομή.

Βάση του ελέγχου Kolmogorov – Smirnov, η μεταβλητή ημερήσιες ώρες εργασίας ( $p=0,143$ ), ακολουθεί την κανονική κατανομή, οπότε θα διενεργηθούν παραμετρικοί έλεγχοι για τον παράγοντα.

#### 4.3.2. Συσχετίσεις ποσοτικών μεταβλητών

Στον πίνακα 13α παρατίθεται η διμεταβλητή ανάλυση, ύπαρξης σχέσης των βαθμολογιών των δύο ποσοτικών μεταβλητών που δημιουργήθηκαν από το ερωτηματολόγιο, με τις ώρες εργασίας.

Πίνακας 13α: Συσχέτιση των ποσοτικών μεταβλητών με τις ώρες εργασίας

		Ωρες εργασίας	
Υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών	r	,068	
	p	,486	
Χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών	r	,055	
	p	,571	

Συντελεστής συσχέτισης Pearson

Σημείωση. \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

Στον πίνακα 13β, παρατίθεται ο έλεγχος ύπαρξης σχέσης μεταξύ των δύο ποσοτικών μεταβλητών, που δημιουργήθηκαν.

Πίνακας 13β: Συσχέτιση των ποσοτικών μεταβλητών

		Χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών	
Υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών	r	,294**	
	p	,000	

Συντελεστής συσχέτισης Pearson

Σημείωση. \* $p < 0.05$ , \*\* $p < 0.01$

Ο έλεγχος Pearson, για τις βαθμολογίες των δύο ποσοτικών μεταβλητών απέδειξε πως ισχύουν τα εξής:



Θετική αλλά όχι στατιστικά σημαντική συσχέτιση ανάμεσα στις βαθμολογίες για την υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών και τη συχνότητα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών, μέσω του χρονικού διαστήματος χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών, με τις ώρες εργασίας. Αποτέλεσμα αυτού είναι οι ώρες εργασίας να μην επηρεάζουν σημαντικά την υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών και το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Επιπλέον, προέκυψε θετική και στατιστικά σημαντική συσχέτιση της υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών με το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Αποτέλεσμα αυτού είναι η αύξηση της τιμής της πρώτης μεταβλητής να επιδρά αλλά και να επηρεάζεται θετικά και τη δεύτερα.

#### 4.3.3. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών

Η βαθμολογία, όπως αυτή υπολογίζεται, κατόπιν ανάλυσης των απαντήσεων από τις δηλώσεις που αφορούν στη υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών, προκύπτει, χρησιμοποιώντας το μέσο όρο, στις απαντήσεις, που δόθηκαν από τους καταναλωτές ως προς τη διείσδυση και την εξοικείωση, με τιμές 1-6, με την αύξηση στη βαθμολογία να δηλώνει αύξηση του βαθμού υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών. Η μέση βαθμολογία υπολογίστηκε 5,259, ενώ η τυπική απόκλιση 0,690 και οι τιμές του ελάχιστου και του μέγιστου 2,500 και 6,000.

Στον πίνακα 14 παρουσιάζονται οι αναλύσεις για τις σχέσεις, που προκύπτουν από τους δημογραφικούς παράγοντες και τη βαθμολογία από την αξιολόγηση των απόψεων των καταναλωτών για το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών.

Πίνακας 14: Συσχέτιση των δημογραφικών παραγόντων των καταναλωτών και της βαθμολογίας των απαντήσεων ως προς το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών

Δημογραφικά χαρακτηριστικά	Μέσος όρος βαθμολογίας ± Τυπική απόκλιση	P
<b>Φύλο</b>		<b>,048*</b>
Ανδρας	5,4 ± (0,6)	
Γυναίκα	5,2 ± (0,8)	
<b>Ηλικία</b>		<b>,000**</b>
Κάτω από 25 ετών	5,1 ± (0,9)	
26-35 ετών	5,5 ± (0,4)	

36-45 ετών	4,7 ± (0,9)	
46-55 ετών	5,5 ± (0,6)	
Άνω των 55 ετών	4,8 ± (0,8)	
<b>Οικογενειακή κατάσταση</b>		<b>,051*</b>
Άγαμος/ η	5,3 ± (0,7)	
Έγγαμος/ η	5,1 ± (0,7)	
<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>		<b>,002**</b>
Υποχρεωτική εκπαίδευση	4,3 ± (1,0)	
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	4,9 ± (0,7)	
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	5,2 ± (0,7)	
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	5,5 ± (0,6)	
<b>Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του νοικοκυριού</b>		<b>,646**</b>
0-5.000 €	5,2 ± (0,9)	
5.001-10.000 €	5,1 ± (0,9)	
10.001-15.000 €	5,2 ± (0,6)	
15.001 – 20.000 €	5,3 ± (0,5)	
20.001-30.000 €	5,3 ± (0,6)	
30.001-40.000 €	5,4 ± (0,7)	
40.001 – 50.000 €	5,7 ± (0,4)	
≥50.001 €	5,5 ± (0,4)	
<b>Εργασία</b>		<b>,033*</b>
Ναι	5,3 ± (0,6)	
Όχι	4,9 ± (0,9)	
<b>Επαγγελματική κατάσταση</b>		<b>,014**</b>
Δημόσιος υπάλληλος	5,3 ± (0,6)	
Ιδιωτικός υπάλληλος	5,4 ± (0,5)	
Ελεύθερος επαγγελματίας	5,2 ± (0,8)	
Επιχειρηματίας	5,1 ± (0,8)	
Φοιτητής	4,8 ± (1,2)	
Συνταξιούχος	4,8 ± (0,9)	
Άνεργος	4,5 ± (1,3)	
<b>Επαγγελματική προϋπηρεσία</b>		<b>,669**</b>
0-10 έτη	5,3 ± (0,7)	
11-20 έτη	5,2 ± (0,6)	
21-30 έτη	5,2 ± (0,8)	

31-40 έτη	5,1 ± (0,6)	
-----------	-------------	--

\*Independent – Samples t – test

\*\* One – Way Anova

Η ανάλυση κατέδειξε πέντε στατιστικά σημαντικούς παράγοντες, που σχετίζονται με τη βαθμολογία των απόψεων για το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών, οι οποίοι είναι το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η εργασία και την επαγγελματική κατάσταση, στη στάθμη σημαντικότητας του 0,05 ή 5% ( $p < 0,05$ ).

Ειδικότερα, οι άνδρες καταναλωτές είχαν μεγαλύτερη βαθμολογία συγκριτικά με τις γυναίκες. Επιπλέον, οι μικρότεροι ηλικιακά καταναλωτές επηρεάζουν θετικά τη βαθμολογία, ενώ και άτομα, τα οποία ήταν πιο ακαδημαϊκά μορφωμένα έκριναν πως έχουν διεισδύσει και είναι πιο εξοικειωμένα με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Επιπλέον, άτομα που εργάζονται έχουν πιο μεγάλη βαθμολογία και πρόσθετα αυτό συμβαίνει και για άτομα που εργάζονται στον ιδιωτικό ή στο δημόσιο τομέα.

#### 4.3.4. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Η βαθμολογία, όπως αυτή υπολογίζεται, κατόπιν ανάλυσης των απαντήσεων από τις δηλώσεις που αφορούν στο χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, προκύπτει, χρησιμοποιώντας το μέσο όρο, στις απαντήσεις, που δόθηκαν από τους καταναλωτές ως προς το χρονικό διάστημα χρήσης τραπεζικών προϊόντων και συναλλαγών, με τιμές 1-4, με την αύξηση στη βαθμολογία να δηλώνει αύξηση του χρονικού διαστήματος της χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών. Η μέση βαθμολογία υπολογίστηκε 2,392, ενώ η τυπική απόκλιση 0,737 και οι τιμές του ελάχιστου και του μέγιστου 1,000 και 4,000.

Στον πίνακα 15 παρουσιάζονται οι αναλύσεις για τις σχέσεις, που προκύπτουν από τους δημογραφικούς παράγοντες και τη βαθμολογία από την αξιολόγηση των απόψεων των καταναλωτών για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Πίνακας 15: Συσχέτιση των δημογραφικών παραγόντων των καταναλωτών και της βαθμολογίας των απαντήσεων ως προς το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών

Δημογραφικά χαρακτηριστικά	Μέσος όρος βαθμολογίας ± Τυπική απόκλιση	P
----------------------------	--	---

<b>Φύλο</b>		,626*
Άνδρας	2,4 ± (0,7)	
Γυναίκα	2,4 ± (0,7)	
<b>Ηλικία</b>		<b>,000**</b>
Κάτω από 25 ετών	1,9 ± (0,5)	
26-35 ετών	2,4 ± (0,7)	
36-45 ετών	2,4 ± (0,8)	
46-55 ετών	3,3 ± (0,7)	
Άνω των 55 ετών	2,8 ± (0,8)	
<b>Οικογενειακή κατάσταση</b>		<b>,001*</b>
Άγαμος/ η	2,2 ± (0,6)	
Έγγαμος/ η	2,8 ± (0,9)	
<b>Μορφωτικό επίπεδο</b>		<b>,005**</b>
Υποχρεωτική εκπαίδευση	1,5 ± (0,7)	
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	2,4 ± (0,9)	
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	2,3 ± (0,6)	
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	2,7 ± (0,8)	
<b>Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του νοικοκυριού</b>		<b>,003**</b>
0-5.000 €	2,1 ± (0,7)	
5.001-10.000 €	2,2 ± (0,7)	
10.001-15.000 €	2,3 ± (0,6)	
15.001 – 20.000 €	2,5 ± (0,7)	
20.001-30.000 €	2,4 ± (0,8)	
30.001-40.000 €	2,8 ± (0,8)	
40.001 – 50.000 €	3,5 ± (0,7)	
≥50.001 €	2,5 ± (0,8)	
<b>Εργασία</b>		<b>,005*</b>
Ναι	2,5 ± (0,7)	
Όχι	2,0 ± (0,6)	
<b>Επαγγελματική κατάσταση</b>		<b>,003**</b>
Δημόσιος υπάλληλος	2,7 ± (0,8)	
Ιδιωτικός υπάλληλος	2,4 ± (0,7)	
Ελεύθερος επαγγελματίας	2,5 ± (0,9)	
Επιχειρηματίας	2,0 ± (0,5)	
Φοιτητής	2,8 ± (0,3)	

Συνταξιούχος	1,7 ± (0,6)	
Άνεργος	2,1 ± (0,6)	
<b>Επαγγελματική προϋπηρεσία</b>		<b>,000**</b>
0-10 έτη	2,2 ± (0,6)	
11-20 έτη	2,5 ± (0,8)	
21-30 έτη	3,1 ± (0,8)	
31-40 έτη	3,1 ± (0,5)	

\*Independent – Samples t – test

\*\* One – Way Anova

Η ανάλυση κατέδειξε επτά στατιστικά σημαντικούς παράγοντες, που σχετίζονται με τη βαθμολογία των απόψεων για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι οποίοι είναι η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση, το μορφωτικό επίπεδο, το οικογενειακό εισόδημα, η εργασία, η επαγγελματική κατάσταση και η επαγγελματική προϋπηρεσία στη στάθμη σημαντικότητας του 0,05 ή 5% ( $p < 0,05$ ).

Ειδικότερα, οι μεγαλύτεροι ηλικιακά καταναλωτές συγκεντρώνουν μεγαλύτερη βαθμολογία, ενώ και άτομα, τα οποία ήταν πιο ακαδημαϊκά μορφωμένα έκριναν πως έχουν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών. Επιπλέον, άτομα που ήταν παντρεμένα και είχαν πιο υψηλά εισοδήματα έχουν πιο μεγάλη βαθμολογία και πρόσθετα αυτό συμβαίνει σε άτομα που εργάζονται και για άτομα που εργάζονται στον ιδιωτικό ή στο δημόσιο τομέα, ενώ έχουν πολλά χρόνια προϋπηρεσίας.

#### **4.3.5. Εκτίμηση της βαθμολογίας βάσει των απόψεων για τις ώρες αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές**

Για την διερεύνηση της συχνότητας χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών από τους καταναλωτές, θα ελεγχθεί ο τρόπος που οι δημογραφικοί παράγοντες επιδρούν σε αυτή, ώστε να αναδειχθούν οι παράγοντες που οδηγούν τα άτομα να αφιερώνουν περισσότερες ή λιγότερες ώρες internet για τις τραπεζικές συναλλαγές.

Με τη χρήση του στατιστικού ελέγχου  $\chi^2$ , τα αποτελέσματα φανερώνουν την επίδραση της επαγγελματικής προϋπηρεσίας, σε στάθμη σημαντικότητας  $p < 0,05$  ως προς τις ώρες αφιερώνετε στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές. Το αποτέλεσμα στατιστικώς αποτυπώνεται με την εξής τρόπο: για την επαγγελματική προϋπηρεσία  $\chi^2 (6) = 12,610$ ,  $p = 0,049$ . Δεν υπάρχουν διαφοροποιήσεις μεταξύ των

ωρών που καταναλωτές αφιερώνουν στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές σε σχέση με τις παρακάτω μεταβλητές. Το αποτέλεσμα στατιστικώς αποτυπώνεται ως κάτωθι: για το φύλο  $\chi^2(2) = 1,060$ ,  $p = 0,589$ , για την ηλικία  $\chi^2(8) = 7,30$ ,  $p = 0,533$ , για την οικογενειακή κατάσταση  $\chi^2(2) = 2,054$ ,  $p = 0,358$ , για το μορφωτικό επίπεδο  $\chi^2(6) = 5,185$ ,  $p = 0,520$ , για το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα στο νοικοκυριό  $\chi^2(14) = 6,436$ ,  $p = 0,954$ , για την εργασία  $\chi^2(2) = 3,127$ ,  $p = 0,209$ , για την επαγγελματική κατάσταση  $\chi^2(12) = 15,487$ ,  $p = 0,216$ . Τέλος, οι ώρες εργασίας δεν επιδρούν στις ώρες που καταναλωτές αφιερώνουν στο Internet για τις τραπεζικές σας συναλλαγές ( $p=0,763$ ). Εξάγεται λοιπόν, πως οι καταναλωτές είναι αυτοί που διαμορφώνουν την σχέση μεταξύ των δύο μεταβλητών, καθώς παρατηρείται οι ίδιοι αλλά με τα λιγότερα έτη προϋπηρεσίας, αφιερώνουν λιγότερο χρόνο σε τραπεζικές συναλλαγές στο Internet.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η αξιολόγηση της συμπεριφοράς καταναλωτών ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και κατ' επέκταση το θέμα της ηλεκτρονικής πληρωμής είναι πεδίο, το οποίο δεν παρουσιάζει σημαντικά ευρήματα στον ελληνικό χώρο. Παρ' όλα αυτά, η προσπάθεια για ενασχόληση με το θέμα αυτό, ιδιαίτερος στην μετά κορονοϊού εποχή (Covid-19), αποτελεί ένα καινούργιο αντικείμενο για την έρευνα, που είναι ανέγγιχτο, ιδίως στην Ελλάδα.

Η ανάλυση στα αποτελέσματα κατέδειξε πως ο βαθμός υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα, με μέση τιμή 5,259 και τυπική απόκλιση 0,690, σε διάστημα βαθμολογίας 1 ως 6. Επιπλέον, προέκυψαν πέντε σημαντικές στατιστικά συσχετίσεις, ανάμεσα στο βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών και το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, την εργασία και την επαγγελματική κατάσταση σε επίπεδο 0,05 ( $p < 0,05$ ), γεγονός που συνδέεται με τα χαρακτηριστικά των υποομάδων.

Οι άνδρες καταναλωτές εμφανίζουν υψηλότερη τιμή για το βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών και ίση με 5,4 και T.A.=0,6, συγκριτικά με τις γυναίκες, όπου η μέση τιμή του βαθμού υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών είναι 5,2 και T.A.=0,8, καθώς από παλαιότερες μελέτες, το εύρημα αυτό έρχεται σε αντίθεση με προηγούμενα ευρήματα, όπως του IOBE (2015), στα οποία αποτυπώνεται η χαμηλή

υιοθέτηση των ηλεκτρονικών πληρωμών. Από τα αποτελέσματα της ανάλυσης, αναδεικνύεται πρόσθετα μια άλλη στατιστικά σημαντική σχέση ανάμεσα στην υιοθέτηση των τραπεζικών συναλλαγών και την ηλικία των καταναλωτών, με την μέση τιμή της βαθμολογίας καταναλωτών με ηλικία 26-35 ετών είναι η υψηλότερη από αυτών με ηλικία άνω των 55 ετών (Μ.Τ. = 5,5 και Τ.Α. = 0,4 έναντι Μ.Τ. = 4,8 και Τ.Α. = 0,8)<sup>1</sup>, κάτι που έρχεται σε απόλυτη συμφωνία με παλαιότερες εργασίες, στις οποίες διατυπώνονται απόψεις όπως οι νέοι καταναλωτές θεωρούν τις ηλεκτρονικές πληρωμές χρήσιμες, εύκολες, ευχάριστες, αλλά και ασφαλείς, ενώ αναφέρουν ότι έχουν επαρκείς γνώσεις ως προς τη χρήση τους. (Santouridis & Kyritsi, 2014). Επιπρόσθετα, αποτυπώθηκε ακόμη μία σημαντική διάφορα στο βαθμό υιοθέτησης των τραπεζικών συναλλαγών με τον δημογραφικό παράγοντα του μορφωτικού επιπέδου, με τους κατόχους μεταπτυχιακού ή διδακτορικού να υιοθετούν τις τραπεζικές συναλλαγές περισσότερο έναντι ατόμων με άλλο μορφωτικό επίπεδο, καθώς όσον αφορά τους πρώτους, οι ίδιοι έχουν τις γνώσεις, οι οποίες χρειάζονται για να εξοικειωθούν γρηγορότερα με αυτό το νέο τρόπο συναλλαγών, όπως και στη μελέτη του IOBE (2015), στην οποία επισημαίνεται πως οι καταναλωτές ανώτερου μορφωτικού επιπέδου εμφανίζονται να χρησιμοποιούν εντονότερα τις ηλεκτρονικές πληρωμές. Ακόμη, μεγαλύτερη είναι η βαθμολογία των ατόμων που εργάζονται έναντι αυτών που δεν εργάζονται (Μ.Τ. = 5,3 και Τ.Α. = 0,6 έναντι Μ.Τ. = 4,9 και Τ.Α. = 0,9), καθώς και των ιδιωτικών υπαλλήλων έναντι των ανέργων (Μ.Τ. = 5,4 και Τ.Α. = 0,5 έναντι Μ.Τ. = 4,5 και Τ.Α. = 1,3). Τέλος, η οικογενειακή κατάσταση, το ετήσιο εισόδημα, οι ώρες εργασίας και η επαγγελματική προϋπηρεσία των συμμετεχόντων δεν είναι παράγοντες που επιδρούν.

Επιπλέον, η ανάλυση στα αποτελέσματα κατέδειξε πως το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδα, με μέση τιμή 2,392 και τυπική απόκλιση 0,737 από στο διάστημα 1-4. Εκ της διμεταβλητής ανάλυσης υπολογίστηκαν στατιστικά σημαντικές σχέσεις για τη βαθμολογία από τις απόψεις για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και τις μεταβλητές ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, εργασία, επαγγελματική κατάσταση και επαγγελματική προϋπηρεσία. Ειδικότερα, η ηλικία των καταναλωτών σχετίζεται με τη βαθμολογία του χρονικού διαστήματος χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών, καθώς οι

---

<sup>1</sup> Μ.Τ. = Μέση τιμή, Τ.Α. = Τυπική απόκλιση

καταναλωτές ηλικίας 46-55 ετών έχουν υψηλότερη βαθμολογία, συγκριτικά με αυτή των πιο νέων κάτω των 25 ετών (M.T.=2,8 και T.A.=0,8 έναντι M.T.=1,9 και T.A.=0,5), κάτι το οποίο αποδεικνύεται και από παλιότερες μελέτες (Zouros & Spinthiropoulos, 2014), όπου άτομα μεγαλύτερης ηλικίας έχουν μεγαλύτερο χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών. Αυτό εξηγείται καθώς τα άτομα σε μεγαλύτερες ηλικίες έχουν χαμηλή υιοθέτηση στις ηλεκτρονικές πληρωμές, δηλαδή είναι λιγότερο εξοικειωμένοι σε ηλεκτρονικές συναλλαγές, ενώ η πρώτη τους επαφή στην πλειοψηφία αυτών συνέβη μετά την επιβολή καθολικού εγκλεισμού αλλά και των περιορισμών των κεφαλαίων που επιβλήθηκε σε προηγούμενα έτη (Antoniadis et al., 2017). Η οικογενειακή κατάσταση, επίσης συσχετίζεται σημαντικά, καθώς αποδεικνύεται πως η βαθμολογία για τους έγγαμους καταναλωτές είναι στο σύνολο της πιο υψηλή (M.T.=2,8 και T.A.=0,9) από την αντίστοιχη άγαμων ατόμων, (M.T.=2,2 και T.A.=0,6), αποτυπώνοντας τα αποτελέσματα προγενέστερων ερευνών (Hussain Chandio et al., 2013). Πιθανότερη εξήγηση είναι πως οι παντρεμένοι καταναλωτές έχουν περιορισμένο χρόνο, λόγω της φροντίδας της οικογένειας τους και επιθυμούν να την αυτοματοποίηση κάποιων διαδικασιών. Επιπλέον, το μορφωτικό επίπεδο αποτελεί ένα παράγοντα που προκαλεί διαφορές, καθώς άτομα με Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό παρουσιάζουν πιο μεγάλο διάστημα χρήσης έναντι αυτών υποχρεωτικής εκπαίδευσης (Υποχρεωτική εκπαίδευση: M.T.=1,5 και T.A.=0,7, Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό: M.T.=2,7 και T.A.=0,8). Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα σχετίζεται με τη βαθμολογία για το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών ( $p = 0,003$ ), καθώς τα άτομα με μεγαλύτερο εισόδημα έχουν μεγαλύτερη βαθμολογία από αυτά με χαμηλότερο. Όμοια, η εργασία στα άτομα δημιουργεί διαφορές και μάλιστα οι εργαζόμενοι έχουν μεγαλύτερη βαθμολογία ως προς το χρονικό διάστημα σε αντίθεση με των μη εργαζόμενων ( $p = 0,005$ ). Τέλος, μεγαλύτερο χρονικό διάστημα χρήσης έχουν οι δημόσιοι υπάλληλοι (M.T.=2,7) και οι φοιτητές (M.T.=2,8), ενώ μεγαλύτερη βαθμολογία εντοπίζεται και σε άτομα με περισσότερα από 20 έτη προϋπηρεσίας (M.T.=3,1).

Αξίζει να επισημανθεί πως υπάρχουν πολλές ομοιότητες, κατά τη σύγκριση των υποομάδων των δημογραφικών παραγόντων (φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση, μορφωτικό επίπεδο, ετήσιο οικογενειακό εισόδημα, εργασία, επαγγελματική κατάσταση), σε σχέση με τις ώρες αφιερώνουν οι συμμετέχοντες στο Internet για τις τραπεζικές συναλλαγές. Πιθανότερη εξήγηση για τις ομοιότητες αποτελεί η διείσδυση στις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές, λόγω της επέλασης του κορονοϊού Covid-



19 και του καθολικού εγκλεισμού, που οδήγησε στην ψηφιοποίηση όλων των υπηρεσιών, ενώ εντοπίζονται διαφορές, ως προς την επαγγελματική προϋπηρεσία, καθώς τα άτομα με λιγότερα χρόνια προϋπηρεσία ξοδεύουν λιγότερες ώρες στο Internet για τις τραπεζικές συναλλαγές ( $p = 0,049$ ), κάτι που μπορεί να προκύπτει από τη μεγαλύτερη εξοικείωση των νέων ανθρώπων με το διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Κατά συνέπεια, η συμπεριφορά των καταναλωτών δείχνει πως η χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών λιγότερο από μία ώρα την εβδομάδα, έχει απλουστεύσει της διαδικασίες, που απαιτούσαν την φυσική παρουσία του ατόμου στην τράπεζα, με βάση και προηγούμενη μελέτη, καθώς η ηλεκτρονική τραπεζική ξεπερνάει η εξυπηρέτηση υπερέχει, καλύπτοντας καλύτερα τις ανάγκες των καταναλωτών (Briggs & Brooks, 2011). Ωστόσο, αν και η αύξηση σε χρήστες των ηλεκτρονικών πληρωμών ήταν θεαματική, ο αριθμός υστερεί αυτών σε άλλες χώρες της Ευρώπης. Αυτό βέβαια οδηγεί στο συμπέρασμα πως τα τραπεζικά ιδρύματα πρέπει να θέσουν την ηλεκτρονικές συναλλαγές ως προτεραιότητα, επενδύοντας στην τεχνολογία. Αλλά και το καταναλωτικό κοινό από τη μεριά του θα πρέπει να δείξει την κατάλληλη πρόθεση για ενημέρωση ως προς τα οφέλη και τις πολλαπλές διευκολύνσεις, που θα έχει, από τη χρήση και του μέγιστου των δυνατοτήτων, που του προσφέρονται, μέσω της χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Από την ανάλυση, επιπλέον, αναδείχθηκε η αξία της πληροφορικής, σε αντιδιαστολή με την έλλειψη ρευστότητας, την ελάττωση των καταστημάτων των τραπεζών, άλλα και των γεγονότων που απορρέουν από την οικονομική (capital controls) και την υγειονομική κρίση (εγκλεισμός λόγω του Covid-19), που βίωσαν τόσο η Ελλάδα όσο και όλη η υφήλιος. Αποτέλεσμα των παραπάνω ήταν η ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών πληρωμών. Η χρήση αυτών είναι ιδιαίτερα ευοίωνη καθώς τόσο τα τραπεζικά ιδρύματα όσο και η ίδια η πολιτεία μπορούν να ενσωματώσουν τις ηλεκτρονικές πληρωμές στην καθημερινή ζωή των πολιτών (Howcroft et al., 2002).

Ολοκληρώνοντας, η συσχέτιση των βαθμολογιών των δύο μεταβλητών, που δημιουργήθηκαν, με σκοπό να αποσαφηνιστούν τα κύρια ερευνητικά ερωτήματα, τα οποία τέθηκαν στη μελέτη, υπολογίζεται ως θετική για τις βαθμολογίες του βαθμού υιοθέτησης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και του χρονικού διάστημα χρήσης των τραπεζικών συναλλαγών, δείχνοντας με αυτό τον τρόπο πως οι καταναλωτές όχι μόνο

θέλουν να εξοικειωθούν και να διεισδύσουν στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, αλλά αυτό αυξάνεται από τον περισσότερο χρόνο χρήσης τους.

Πρόσφατες έρευνες κάνουν αναφορά στη σημασία των ηλεκτρονικών συναλλαγών, οι οποίες γίνονται όλο και πιο απαραίτητες με το πέρασμα των χρόνων. Όλο και περισσότερος είναι ο χρόνος, που ξοδεύουν τα νέα άτομα και όχι μόνο στις ηλεκτρονικές συναλλαγές για διάφορους, ανά περίπτωση, λόγους. Το πλήθος των πληροφοριών ή/και η ταχύτητα που προσφέρει το διαδίκτυο είναι κάποιοι από τους βασικότερους λόγους που έχουν κάνει τη διαδικασία προσιτή. Αυτοί και πολλοί άλλοι λόγοι έχουν καταφέρει να κάνουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και επιπλέον το Internet Banking αναπόσπαστα κομμάτια για τη ζωή μας (Ζέρβα, 2000). Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές και οι διαδικτυακές τραπεζικές υπηρεσίες είναι ένας καινούριος τρόπος διεκπεραίωσης πληρωμών και άλλων συναλλαγών, ενώ πιο διαδεδομένος σε πιο μικρές ηλικίες. Εντούτοις, αποκτούν ολοένα περισσότερο κοινό. Η ποικιλία στα αγαθά, αλλά και τα απεριόριστα ωράρια, στα οποία μπορούν όλοι να πραγματοποιήσουν τις αγορές τους, δίνουν ένα σαφές πλεονέκτημα έναντι των συμβατικών φυσικών καταστημάτων (Πομπόρτσης και συν., 2002).

Κατά συνέπεια, ο κρατικός μηχανισμός πρέπει να προσλάβει ανθρώπους κατάλληλα καταρτισμένους, ώστε να ενημερώσουν τους καταναλωτές για τα υπέρ και τα κατά του ηλεκτρονικών συναλλαγών. Το Υπουργείο Ψηφιακής Πολιτικής, ως αρχή, είναι απαραίτητο να μεριμνά, ώστε οι ηλεκτρονικές συναλλαγές να είναι επαρκώς ασφαλείς, αποδίδοντας σε αυτές την δέουσα σημασία. Με τρόπο αυτό θα αποφευχθούν ανεπιθύμητες ενέργειες, που έχουν ως μοναδικό σκοπό να βλάψουν τον καταναλωτή αλλά και θα περιοριστεί η κρίση, που βιώνει η προσωπική επαφή, δηλαδή η έλλειψη ανθρώπινης επαφής, που προάγεται εκούσια από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές (Turban et al., 2010).

Επιπλέον, το εύρημα, πως το χρονικό διάστημα χρήσης των ηλεκτρονικών συναλλαγών υπήρξε στατιστικά σημαντικά συσχετιζόμενο με το ετήσιο εισόδημα, μας κάνει να καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αντιμετωπίζει δυσκολίες, ούτε περιορίζεται από χρονικά και γεωγραφικά όρια, αλλά μπορεί παρά τις δυσκολίες των καιρών να χρησιμοποιηθεί ανεμπόδιστα. Τα ευρήματα αυτά επαληθεύουν και από την έρευνα του Culpin (2020).

Τα τελευταία χρόνια, είναι ραγδαία η αύξηση σε μελέτες, οι οποίες στοχεύουν στην ερμηνεία και τη ποσοτικοποίηση, στις ηλεκτρονικές συναλλαγές (Doherty & Chadwick, 2010). Η προσπάθεια, που γίνεται, έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς τα

τελευταία χρόνια το η χρήση του διαδικτύου εξαπλώνεται, ένας παράγοντας, ο οποίος επηρέασε έντονα τον τρόπο που λειτουργεί η κοινωνία.

Ολοκληρώνοντας, τα στοιχεία που προέκυψαν, μέσω της ανασκόπησης παλιότερης βιβλιογραφίας αλλά και της παρούσας ερευνητικής μελέτης, είναι ικανά να αποτελέσουν την τροφή για μελέτη τα επόμενα χρόνια. Επιπρόσθετα, η χρήση της παρούσας μελέτης δύναται να αποτελεί το μέτρο για σύγκριση, σε επόμενες μελέτες, ώστε οι ερευνητές να αντιπαραβάλουν τα αποτελέσματα.

Η καταναλωτική τάση που παρουσιάζει το δείγμα, ως προς την χρήση ηλεκτρονικών συναλλαγών, είναι θετικότερη έναντι του φυσικού καταστήματος. Παρατηρείται πως τόσο στη χώρα μας όσο και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες το καταναλωτικό κοινό επιλέγει τις ηλεκτρονικές συναλλαγές από τις δια ζώσης στα τραπεζικά καταστήματα (Humphrey et al., 2001). Ωστόσο, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές στην χώρα μας φαίνεται να υστερούν συγκρίσει άλλων ευρωπαϊκών χωρών, καθώς οι καταναλωτές φαίνεται πως αμφιταλαντεύονται στη χρήση τους. Τα παραπάνω συμπεράσματα συμφωνούν με παλαιότερες έρευνες (Venkatesh et al., 2003; Tsiakis & Sthephanides, 2005; Singh et al., 2019), βάσει των οποίων οι καταναλωτές προτιμούν τις ηλεκτρονικές πληρωμές, από τη πραγματοποίηση συναλλαγών σε ένα κατάστημα.

Σε παλιότερες μελέτες, προηγούμενων μελετητών για τις ηλεκτρονικές πληρωμές, το συμπέρασμα είναι ότι τα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα είναι ελκυστικά για ηλεκτρονικές συναλλαγές, αποτέλεσμα που εξάγεται και από την παρούσα μελέτη, καθώς η πλειοψηφία των ερωτηθέντων δήλωσε πως να κάνει χρήση αυτών, για την διεκπεραίωση πληρωμών. Κάτι τέτοιο επαληθεύει την άποψη πως η αποδοχή και χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών παρουσιάζει όλο και μεγαλύτερη αύξηση, παρά τους δύσκολους καιρούς που ζούμε, προσφέροντας μια εναλλακτική πρόταση για εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος τόσο στους πολίτες, όσο και στις επιχειρήσεις αλλά και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Αυτό επεκτείνεται βέβαια και στα ελληνικά τραπεζικά ιδρύματα, καθώς αυτά διακρίνονται από αυτά άλλων χωρών, τόσο για την ασφάλεια, όσο και για την μεγάλη ποικιλία που περιέχουν σε συναλλαγές, που έχει τις ρίζες της κατά βάση στην αυστηρή δημοσιονομική πολιτική, που διαθέτει η χώρα (Santouridis & Kyritsi, 2014).

Στην εποχή που ζούμε, ζητήματα όπως η ποιότητα και η ασφάλεια των συναλλαγών, ελκύουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών, επιδρώντας στην καταναλωτική τους συμπεριφορά. Αν και η έννοια των ηλεκτρονικών πληρωμών

είναι ευρέως γνωστή, το ποσοστό των ατόμων, οι οποίοι τις χρησιμοποιούν τακτικά, είναι ιδιαίτερο μικρό στη χώρα μας (Antoniadis et al., 2017). Αυτό έγκειται πιθανώς στις οικονομικές δυσκολίες που βιώνουν οι άνθρωποι και κυρίως οι νέοι, τονίζοντας όλο και περισσότερο τη πρόθεση αυτών να χρησιμοποιούν εργαλεία που τους εξοικονομούν χρόνο και χρήμα, αντιλαμβανόμενοι τα οφέλη που αποκομίζουν από αυτό. Επιπλέον, με βάση την παρούσα έρευνα αλλά και παλαιότερες μελέτες, τα μεγαλύτερης ηλικίας άτομα είναι αυτό που βρίσκουν πολύπλοκα τέτοιου είδους συστήματα και γι' αυτό τα αποφεύγουν σε ορισμένες περιπτώσεις (Sumanjeet, 2009).

Ως συμπέρασμα, λοιπόν, της παρούσας ερευνητικής διαδικασίας είναι πως κατέστη εφικτή η μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών ως προς την χρήση ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω των τραπεζικών ιδρυμάτων για την περάτωση οικονομικών υποχρεώσεων. Με την παρούσα θέση στοχεύεται να αναδειχτεί και να μελετηθεί η διάθεση των καταναλωτών για τη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών που παρέχονται από τα τραπεζικά ιδρύματα προς εξόφληση των υποχρεώσεών τους. Τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι καταναλωτές, αν και βρίσκουν ιδιαίτερα απλοποιημένη τη διαδικασία την ηλεκτρονικής πληρωμής, θεωρούν πως αυτή δεν είναι απόλυτα ασφαλής, κάτι που πηγάζει από την ελλιπή ενημέρωση. Ωστόσο, λόγω και της επέλασης του Covid-19 και του εγκλεισμού, οι καταναλωτές έχουν στραφεί στις ηλεκτρονικές συναλλαγές απευθείας από το ηλεκτρονικό κατάστημα της τράπεζας. Επιπλέον, οι οικονομικές δυσκολίες δεν αποδείχτηκαν ως εμπόδιο για τους καταναλωτές, οδηγώντας τους στην χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Πρόσθετα, βάσει των παραπάνω, καταναλωτές ασχέτως εισοδήματος φάνηκαν πρόθυμοι να εξοικειωθούν και να διεισδύσουν στις ηλεκτρονικές πληρωμές, καθώς η χρήση αυτών έχει πολλά οφέλη. Παρ' όλα αυτά, είναι αντιληπτό πως τα νέα σε ηλικία άτομα είναι αυτά που καταλαβαίνουν περισσότερο την αξία των ηλεκτρονικών συναλλαγών και είναι πιο ευπροσάρμοστα στη χρήση τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΟΦΕΛΗ, ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

#### *6.1. Οφέλη και περιορισμοί*

Βασικό πλεονέκτημα, που απορρέει από την παρούσα έρευνα, είναι η προσπάθεια να ερευνηθεί η συμπεριφορά των καταναλωτών για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, που γνώρισαν ιδιαίτερη άνθιση στην περίοδο της πανδημίας του κορονοϊού, μέσω των απόψεων των καταναλωτών για αυτές, βασισμένο στα δημογραφικά χαρακτηριστικά αυτών. Το θέμα των ηλεκτρονικών συναλλαγών και κατ' επέκταση των ηλεκτρονικών πληρωμών έχουν αποτελέσει στο παρελθόν αντικείμενα μελέτης, με αναφορές κυρίως στη διεθνή βιβλιογραφία, εν αντιθέσει από την χώρα μας, όπου η έρευνα για το θέμα αυτό παραμένει ελάχιστη, ιδίως μετά την πανδημία και για τα επανειλημμένα γενικά lockdown. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, πως η εκπόνηση της μελέτης αυτής θα φέρει στο φως νέα δεδομένα για την συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, σε μία ιδιαίτερα δύσκολη οικονομικά χρονική περίοδο, με τα επακόλουθα από την περίοδο της πανδημίας του Covid-19, ενώ θα είναι το έναυσμα, για την υλοποίηση ερευνών σε ευρύτερη κλίμακα, που θα παράγουν αποτελέσματα πιο αντιπροσωπευτικά.

Επιπροσθέτως, σημαντική είναι και η επιλογή της χρήσης ενός ερωτηματολογίου, το οποίο είναι κατάλληλο για να χορηγηθεί στο δείγμα που μελετήθηκε, ως εργαλείο για να ερευνηθεί η συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Εντούτοις, υπήρξαν περιορισμοί ως προς χρόνο που υπήρχε, ώστε να διεξαχθεί η έρευνα. Ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων όμως, αλλά και η συμπλήρωση αυτών κατέστησαν εφικτά μέσω της χρήσης της πλατφόρμας Google Forms, ενώ η ερευνήτρια ως προς διαβεβαίωσε γραπτώς τους συμμετέχοντες, για τη διασφάλιση και την ανωνυμία των απαντήσεων, αλλά και την προστασία στα προσωπικά δεδομένα.

Η ερευνήτρια κατέβαλλε κάθε δυνατή προσπάθεια, στοχεύοντας σε ένα δείγμα, το οποίο θα είναι το πλέον αντιπροσωπευτικό, ώστε να γενικευθούν τα συμπεράσματα που θα προκύψουν από την παρούσα μελέτη. Παρ' όλα αυτά, παρατηρήθηκε πως οι καταναλωτές από τις μικρότερες ηλικιακά ομάδες είχαν υψηλότερη συμμετοχή στην έρευνα, αντίθετα από άλλους με πιο χαμηλή. Αυτό

πιθανώς έχει τη ρίζα του σε άτομα νεαρής ηλικίας όπου κατά κόρον χρησιμοποιούν περισσότερο το διαδίκτυο και συνεπώς είναι πιο εξοικειωμένοι με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Συνεπώς, οι καταναλωτές, οι οποίοι αποκρίθηκαν περισσότερο και συμμετείχαν στην έρευνα, δηλαδή τα νέα σε ηλικία άτομα, αποτελούν την πολυπληθέστερη ομάδα ατόμων, προσδίδοντας ένα πλεονέκτημα στο αποτέλεσμα της μελέτης. Η παρούσα μελέτη ωστόσο, περιορίστηκε στην αποτύπωση της συμπεριφοράς καταναλωτών, που κατά κύριο λόγο είχαν μέτρια ή χαμηλά εισοδήματα και συνεπώς αντιλαμβάνονται διαφορετικά το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τέλος, το χρονικό διάστημα διεξαγωγής της έρευνας, παρά το γεγονός πως θεωρήθηκε επαρκές από την ερευνήτρια, αποτελεί την αποτύπωση μιας εικόνας σε μια δεδομένη χρονική στιγμή, θέτοντας περιορισμούς στη μελέτη.

Ένας ακόμη περιορισμός, ο οποίος σχετίζεται με τη σύνθεση του παρόντος δείγματος και αξίζει να αναφερθεί, είναι η αξία της τοποθεσίας που βρίσκονται οι καταναλωτές, παράγοντας που δεν τέθηκε υπό μελέτη στην παρούσα, καθώς δεν συνεπάγεται πως επικρατούν ίδιες απόψεις ή/και συνθήκες και σε όλες τις περιοχές.

Οι περιορισμοί που αναφέρθηκαν, βέβαια, αποτελούν εμπόδιο ως προς τη γενίκευση των συμπερασμάτων για όλο τον ελληνικό πληθυσμό.

## *6.2. Προτάσεις για νέες έρευνες*

Το πέρας αυτής της ερευνητικής διαδικασίας, καθιστά αναγκαία την περαιτέρω διερεύνηση το θέματος της συμπεριφοράς των καταναλωτών για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, ισομερώς στην ελληνική επικράτεια αλλά και σε άλλα κράτη, με στόχο την ολοκλήρωση της εικόνας, για τη σημασία των ηλεκτρονικών πληρωμών, σε ένα πιο ευρύ χρονικά, αλλά και πιο κατάλληλο πλαίσιο διεξαγωγής νέας έρευνας, με δείγμα, το οποίο θα κατανεμηθεί ισοδύναμα, βάσει του πληθυσμού των καταναλωτών, οδηγώντας σε πιο έγκυρες συγκρίσεις και πιο αξιόπιστα συμπεράσματα.

Έχοντας ως σημείο αναφοράς την παρούσα εργασία, σε μελλοντικές έρευνες συστήνεται πιο καλή κατηγοριοποίηση, παράλληλα με την εκλογή παραπάνω δημογραφικών παραγόντων, όπως για παράδειγμα ο τόπος προέλευσης των συμμετεχόντων, ώστε οι συγκρίσεις που θα γίνουν να είναι πιο ουσιώδεις, καταλήγοντας σε συμπεράσματα που θα μπορούν να γενικευθούν. Θα προστεθεί έτσι στο υπάρχον θεωρητικό πλαίσιο έναν νέο σύνολο πληροφοριών, που θα καλύψει

πιθανά κενά. Επιπλέον, η μελλοντική έρευνα αξίζει να διερευνηθεί και η σημασία των ηλεκτρονικών συναλλαγών για τους Έλληνες καταναλωτές, σε πολλαπλά χρονικά διαστήματα, συγκρίνοντας κυρίως δεδομένα προερχόμενα πριν και μετά την επέλαση του κορονοϊού (Covid-19).

Πρόσθετα, η μεθοδολογία της αξιολόγησης της συμπεριφοράς των καταναλωτών ως προς τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μπορεί να βρει εφαρμογή και σε άτομα, τα οποία κατοικούν πέρα από την ευρωπαϊκή ήπειρο, όπως στην Αυστραλία ή στην Αμερική, με στόχο η μελλοντική έρευνα να περιλαμβάνει συγκρίσεις μεταξύ των διαφορετικών χωρών με διαφορετικά πολιτισμικά στοιχεία. Ο συνδυασμός της εργασίας μας με μελλοντικές, μπορεί να αναδείξει καλύτερα το αποτύπωμα, που άφησε η επέλαση του κορονοϊού στη σκέψη των καταναλωτών, με την παράλληλη χρήση και δεδομένων παλαιότερων μελετών, ώστε να ερευνηθεί και η επίδραση της πανδημίας στις ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Όμοια και όσον αφορά τις ποσοτικές μεταβλητές, που προέκυψαν από το παρόν ερωτηματολόγιο και οι οποίες στην παρούσα θέση, δέχονται επιδράσεις από συγκεκριμένους δημογραφικούς παράγοντες, όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η επαγγελματική κατάσταση, η εργασία και η επαγγελματική κατάσταση, νέες μελέτες θα μπορούσαν να ερευνήσουν, μέσω προσωπικών συνεντεύξεων με καταναλωτές, την συμπεριφορά τους, αλλά και τα οφέλη που αποκομίζουν από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και κυρίως τις πληρωμές, στοχεύοντας να βρεθούν και άλλοι παράγοντες, που επιδρούν στη συμπεριφορά των καταναλωτών.

Πέρα όμως από τα προηγούμενα, η ερευνητική διαδικασία διεξήχθη, έχοντας ως βάση ένα δείγμα ατόμων από συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές. Ως απόρροια των παραπάνω, τα συμπεράσματα που εξήχθησαν μέσω των αποτελεσμάτων, μπορούν να γενικευτούν ως ένα βαθμό σε Έλληνες καταναλωτές, καθότι τα δεδομένα αφορούν άτομα από συγκεκριμένα μέρη, στα οποία υπάρχουν συγκεκριμένες συνθήκες και απόψεις, θέτοντας με αυτό τον τρόπο εμπόδια στη σύγκριση των απόψεων των καταναλωτών με διαφορετικά ερεθίσματα. Παρά ταύτα, μπορούν να αποτελέσουν την απαρχή για να ανακαλυφτούν και άλλες συσχετίσεις, που μπορεί να προκύψουν από ένα πιο μεγάλο δείγμα καταναλωτών περισσότερων περιοχών της Ελλάδας. Κάτι τέτοιο θα φέρει ως αποτέλεσμα, την εύρεση διαφορών στη συμπεριφορά των καταναλωτών για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, κυρίως βάσει των γεωγραφικών χαρακτηριστικών τους.





## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### *Ελληνόγλωσση*

Turban, E., King, D., Lee, J., Liang, T. και Turban, D. (2011), *Ηλεκτρονικό Εμπόριο, Αρχές – Εξελίξεις – Στρατηγική από τη σκοπιά του manager*. Αθήνα: Εκδόσεις Γκιούρδα.

Βαρουφάκης, Γ., Πατώκος, Τ., Τσερκέζης, Λ., & Κουτσοπέτρος, Χ. (2011). Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα και την Ευρώπη το 2011. *Παρατηρητήριο Οικονομικών και Κοινωνικών Εξελίξεων*, 31-46.

Ζέρβα, Μ. (2000). *Μάρκετινγκ στο Διαδίκτυο-Μεθοδολογία και Πρακτική*. Αθήνα: Εκδόσεις Anubis.

Λουμπάκης, Γ. (2018). *Εμπειρική ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τη χρήση ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα*. Διπλωματική Εργασία, Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης, Χανιά. Διαθέσιμο στο: <https://doi.org/10.26233/heallink.tuc.78700> (Ανάκτηση 25/9/2022)

Παπαδογιάννης, Γ. (2020, Νοέμβριος 8). Οι 13 τράπεζες που «έσβησε» από τον χάρτη η κρίση του 2010-2015. *Business Daily*. Διαθέσιμο στο: <https://www.businessdaily.gr/epiheiriseis/29873-oi-13-trapezes-poy-esbise-apo-ton-harti-i-krisi-toy-2010-2015> (Ανάκτηση 25/9/2022)

Πομπόρτσας, Α., Τσούφλας, Α. (2002). *Εισαγωγή στο ηλεκτρονικό εμπόριο*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Τζιόλα.

Τζώρτζη, Ε. (2020, Οκτώβριος 5). Η πανδημία άλλαξε για πάντα τις τράπεζες. *Η Καθημερινή*. Διαθέσιμο στο: <https://www.kathimerini.gr/economy/local/561103207/i-pandimia-allaxe-gia-panta-tis-trapezes/> (Ανάκτηση 25/9/2022)

ΦΕΚ 240/Α/22-12-2016. *Νόμος 4446/2016 : Πτωχευτικός Κώδικας, Διοικητική Δικαιοσύνη, Τέλη-Παράβολα, Οικειοθελής αποκάλυψη φορολογητέας ύλης παρελθόντων ετών, Ηλεκτρονικές συναλλαγές, Τροποποιήσεις του ν. 4270/2014 και λοιπές διατάξεις*. Διαθέσιμο στο: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-oikonomia/nomos-4446-2016-fek-240a-22-12-2016.html> (Ανάκτηση 25/9/2022)

ΦΕΚ 84/Α/18-7-2015. *Πράξη νομοθετικού περιεχομένου 18-7-2015: Επείγουσες ρυθμίσεις για τη θέσπιση περιορισμών στην ανάληψη μετρητών και τη μεταφορά κεφαλαίων και τις τροποποιήσεις των νόμων 4063/2012, 4172/2013,*

4331/2015 και 4334/2015. Διαθέσιμο στο: <https://www.e-nomothesia.gr/kat-trapezes-pistotika-idrumata/pnp-18-7-2015.html> (Ανάκτηση 25/9/2022)

### **Ξενογλώσση**

Abu-Shanab, E., & Matalqa, S. (2015). Security and Fraud Issues of E-banking. *International Journal of Computer Networks and Applications*, 2(4), 179-188.

Ahmad, S., Bhatti, S. H., & Hwang, Y. (2020). E-service quality and actual use of e-banking: Explanation through the Technology Acceptance Model. *Information Development*, 36(4), 503-519.

Angelakopoulos, G., & Mihiotis, A. (2011). E-banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector. *Electronic Commerce Research*, 11(3), 297-319.

Antoniadis, I., Saprikis, V., & Poltitis, K. (2014). Investigating internet users' perceptions towards online shopping: An empirical study on Greek university students. In *Proceedings of the International Conference on Contemporary Marketing Issues, (ICCM)* (pp. 873-879).

Antoniadis, I., Taousani, K., & Katarachia, A. (2017, June). Factors affecting consumers' usage of electronic payments in Greece. In *5 th International Conference on Contemporary Marketing Issues ICCMI June 21-23, 2017 Thessaloniki, Greece* (p. 96).

Anysiadou, M., Hondroyiannis, G., & Saiti, A. (2021). Dimensions of mobile-banking in Greece during Covid-19. *Economics*, 10(1), 8-20.

Arshad Khan, M., & Alhumoudi, H. A. (2022). Performance of E-banking and the mediating effect of customer satisfaction: a structural equation model approach. *Sustainability*, 14(12), 7224.

Banday, M. T., & Qadri, J. A. (2011). Phishing-A growing threat to e-commerce. *The Business Review*, 12(2), 76-83.

Barquin, S., & Vinayak, H. V. (2015). Capitalizing on Asia's digital-banking boom. *McKinsey & Company, March*. Available at: [https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20Insights/Capitalizing%20on%20Asias%20digital%20banking%20boom/Capitalizing\\_on\\_Asias\\_digital%20banking\\_boom.ashx](https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Financial%20Services/Our%20Insights/Capitalizing%20on%20Asias%20digital%20banking%20boom/Capitalizing_on_Asias_digital%20banking_boom.ashx) (Assessed 25/9/2022)

Barrientos, L. G., Sosa, E. R. C., & Castro, P. E. G. (2012). Considerations of e-commerce within a globalizing context. *International Journal of Management & Information Systems (IJMIS)*, 16(1), 101-110.

Bechlioulis, A. P., & Karamanis, D. (2022). Consumers' changing financial behavior during the COVID-19 lockdown: the case of Internet banking use in Greece. *Journal of Financial Services Marketing*, 1-18.

Boufounou, P., Mavroudi, M., Toudas, K., & Georgakopoulos, G. (2022). Digital Transformation of the Greek Banking Sector in the COVID Era. *Sustainability*, 14(19), 11855.

Briggs, A., & Brooks, L. (2011). Electronic payment systems development in a developing country: The role of institutional arrangements. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 49(1), 1-16.

Brody, R. G., Mulig, E., & Kimball, V. (2007). Phishing, pharming and identity theft. *Academy of Accounting & Financial Studies Journal*, 11(3).

Carranza, R., Díaz, E., Sánchez-Camacho, C., & Martín-Consuegra, D. (2021). e-Banking adoption: an opportunity for customer value co-creation. *Frontiers in psychology*, 11, 621248.

Chavan, J. (2013). Internet banking-benefits and challenges in an emerging economy. *International Journal of Research in Business Management*, 1(1), 19-26.

Danchev, S., Gatopoulos, G., & Vettas, N. (2020). Penetration of Digital Payments in Greece after Capital Controls: Determinants and Impact on VAT Revenues. *CESifo Economic Studies*, 66(3), 198-220.

Dhurup, M., Surujlal, J., & Redda, E. (2014). Customer perceptions of online banking service quality. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(2), 587-587.

Doherty, N., Chadwick, E. (2010), Internet retailing: the past, the present and the future. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38, 943-965.

Drigă, I., & Isac, C. (2014). E-banking services—features, challenges and benefits. *Annals of the university of Petrosani. Economics*, 14, 49-58.

European Banking Federation (EBF) (2019). *Guidance for implementation of the revised Payment Services Directive*. Available at: <https://www.ebf.eu/wp-content/uploads/2020/01/EBF-PSD2-Guidance-Final-v.120.pdf> (Assessed 25/9/2022)

Eurostat (2021). *Individuals using the internet for internet banking*. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tin00099/default/table?lang=en> (Assessed 25/9/2022)

Floros, C. (2020). Banking development and economy in Greece: evidence from regional data. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(10), 243.

Gefen, D. & Straub, D. W. (2005). The Relative Importance of Perceived Ease-of-Use in IS Adoption: A Study of E-Commerce Adoption. *Journal of the Association For Information Systems*, 1(8), 1-30.

Giannopoulos, N., & Hyz, A. (2018). The impact of capital controls on the use of electronic means of payments (EMPs) in Greece: empirical study. In *Perspectives, Trends, and Applications in Corporate Finance and Accounting* (pp. 74-90). IGI Global.

Howcroft, B., Hamilton, R., & Hower, P. (2002). Consumer attitude and the usage and adoption of home-based banking in the United Kingdom. *International Journal of Bank Marketing*, 20(3), 111 – 121.

Humphrey, D. B., Kim, M., & Vale, B. (2001). Realizing the gains from electronic payments: Costs, pricing, and payment choice. *Journal of Money, credit and Banking*, 216-234.

Hussain Chandio, F., Irani, Z., Abbasi, M. S., & Nizamani, H. A. (2013). Acceptance of online banking information systems: an empirical case in a developing economy. *Behaviour & Information Technology*, 32(7), 668-680.

IOBE, (2015). Digital Payments and tax revenues in Greece, Athens, Greece Available in: [http://iobe.gr/docs/research/en/RES\\_05\\_F\\_21102015\\_REP\\_EN.pdf](http://iobe.gr/docs/research/en/RES_05_F_21102015_REP_EN.pdf).

Kamble, P. R., & Afza, N. (2018). Emerging Trends In Banking. *International Journal of Management Research and Reviews*, 8(5), 1-7.

Keivani, F. S., Jouzbarkand, M., Khodadadi, M., & Sourkouhi, Z. K. (2012). A General View on the E-banking. *International Proceedings of Economics Development & Research*, 43, p62.

Keskar, M. Y., & Pandey, N. (2018). Internet banking: a review (2002–2016). *Journal of Internet Commerce*, 17(3), 310-323.

Khan, H. F. (2017). E-banking: Benefits and issues. *American Research Journal of Business and Management*, 3(1), 1-7.

Koskosas, I. (2011). The pros and cons of internet banking: a short review. *Business excellence and management*, 1(1), 49-58.

Kyrmizoglou, P., & Daoultzoglou, A. (2019). Evolution of payment methods in Greece–Determinants of their use. *Central European Review of Economics & Finance*, 31(3), 5-16.

Loukis, E., Arvanitis, S., & Myrtilidis, D. (2021). ICT-related Behavior of Greek Banks in the Economic Crisis. *Information Systems Management*, 38(1), 79-91.

Maris, G., & Maloina, S. (2021). The Economic Crisis in Greece and Cyprus. A Comparative Study. *HAPSc Policy Briefs Series*, 2(2), 111–119.

Monokroussos, P., Dimitriadou, A., Gkionis, I., Gogos, S. G., Petropoulou, P., Stamatiou, T. (2016). One Year Capital Controls in Greece. *Eurobank Economic Research*. Available at: [https://allaboutshipping.co.uk/wp-content/uploads/2016/08/GR-CCs- -Eurobank -Research\\_1-August-2016.pdf](https://allaboutshipping.co.uk/wp-content/uploads/2016/08/GR-CCs- -Eurobank -Research_1-August-2016.pdf) (Assessed 25/9/2022)

Msweli, N. T., & Mawela, T. (2020). Enablers and Barriers for Mobile Commerce and Banking Services Among the Elderly in Developing Countries: A Systematic Review. *Responsible Design, Implementation and Use of Information and Communication Technology: 19th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2020, Skukuza, South Africa, April 6–8, 2020, Proceedings, Part II, 12067*, 319–330.

Obeidat, M., & Saxena, J. P. (2015). Customer's acceptance of internet banking in Dubai. *IOSR Journal of Business and Management*, 17(12), 61-80.

Omariba, Z. B., Masese, N. B., & Wanyembi, G. (2012). Security and privacy of electronic banking. *International Journal of Computer Science Issues (IJCSI)*, 9(4), 432.

Rahim, R., Nurdiyanto, H., Abdullah, D., Hartama, D., & Napitupulu, D. (2018). Keylogger application to monitoring users activity with exact string matching algorithm. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 954, No. 1, p. 012008). IOP Publishing.

Reddy, A.K. & Megharaja, B. (2021). Impact Of E-Banking On Customer Satisfaction. *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(8), 4220-4231.

Şanlı, B., & Hobikoğlu, E. (2015). Development of Internet banking as the innovative distribution channel and Turkey example. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 343-352.

Santouridis, I., & Kyritsi, M. (2014). Investigating the determinants of internet banking adoption in Greece. *Procedia Economics and Finance*, 9(1), 501-510.

Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and informatics*, 32(1), 129-142.

Singh, H.P. & Gover, S.T. (2011). Marketing of e-banking services: a critical analysis on lifecycle demographics, enabling and disabling factors. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(7), 20-38.

Singh, M., Kumar, D., Kaur, S., Kaur, P., & Sing, G. (2019). Electronic payment system, risk and security issues. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 6(3), 142-147.

Singh, M., Kumar, D., Kaur, S., Kaur, P., Singh, G., (2019). Electronic payment system, risk and security issues. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(3), 141-147.

Sparks, E. (2017). Nine Young Bankers Who Changed America: Thomas Sudman. *ABA Banking Journal*. Available at: <https://bankingjournal.aba.com/2017/06/nine-young-bankers-who-changed-america-thomas-sudman/> (Assessed 25/9/2022)

Sumanjeet, S. (2009). Emergence of payment systems in the age of electronic commerce: The state of art. *Global Journal of International Business Research*, 3(3) 18-40.

Statista Research Department (2022a). *Share of population using digital banking in the United States from 2018 to 2022*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/946109/digital-banking-users-usa/> (Assessed 25/9/2022)

Statista Research Department (2022b). *Online banking penetration in the European Union and in the Euro area from 2010 to 2021*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1310965/online-banking-penetration-in-the-european-union/> (Assessed 25/9/2022)

Statista Research Department (2022c). *Online banking penetration in selected European markets in 2021*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/222286/online-banking-penetration-in-leading-european-countries/> (Assessed 25/9/2022)

Tsiakis, T., & Sthephanides, G. (2005). The concept of security and trust in electronic payments. *Computers & Security*, 24(1), 10-15.

Vishnuvardhan, B., Manjula, B., & Lakshman Naik, R. (2020). A study of digital banking: Security issues and challenges. In *Proceedings of the Third International Conference on Computational Intelligence and Informatics* (pp. 163-185). Springer, Singapore.

Wash, R. (2020). How experts detect phishing scam emails. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4(CSCW2), 1-28.

Yazdanifard, R., WanYusoff, W. F., Behora, A. C., & Sade, A. B. (2011). Electronic banking fraud: The need to enhance security and customer trust in online banking. *Advances in Information Sciences and Service Sciences*, 3(10), 505-509.

Zoyros, C., & Spinthiropoulos, K. (2014). The Factors of Trust and Perceived Usefulness, for the Satisfaction of Piraeus Bank I-Banking Customers, Economic Analysis and Econometric Approach. *Advances in Economics and Business*, 2(1), 29-36.

### ***Διαδικτυακή***

Alpha Bank, <https://www.alpha.gr/el/omilos/alpha-bank/istoria>

Alpha Bank, <https://www.alpha.gr/el/idiotes/myalpha/e-banking>

Alpha Bank, <https://www.alpha.gr/el/omilos/alpha-bank/diakriseis>

Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, <https://www.nbg.gr/el/idiwtes>

Εθνική Τράπεζα Ελλάδος, <https://www.nbg.gr/el/idiwtes/a-diakriseis>

Ελληνική Ένωση Τραπεζών, <https://www.hba.gr/>

Eurobank, <https://www.eurobank.gr/el/retail>

Eurobank, <https://www.eurobank.gr/el/omilos/poioi-eimaste/oi-diakriseis-tou-omilou-eurobank/ilektronikes-upiresies>

Κατ' εξουσιοδότηση κανονισμός (ΕΕ) 2018/389 της Επιτροπής για τη συμπλήρωση της οδηγίας (ΕΕ) 2015/2366 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, διαθέσιμο στο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=CELEX%3A32018R0389>

Οδηγία 2007/64/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, διαθέσιμο στο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/ALL/?uri=CELEX%3A32007L0064>

Οδηγία (ΕΕ) 2015/2366 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, διαθέσιμο στο: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/?uri=celex%3A32015L2366>

Τράπεζα Πειραιώς, <https://www.piraeusholdings.gr/el/group-profile/brief-profile>

Τράπεζα Πειραιώς, <https://www.piraeusbank.gr/el/Idiwtes/Trapezikes-Ypiresies/e-Banking/Vraveia#2022>