



ΙΟΝΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ FINTECH

Δημήτριος Έξαρχος

ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΟΥΡΟΥΘΑΝΑΣΗΣ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2020

Εκπονηθείσα πτυχιακή εργασία απαραίτητη για την κτήση του βασικού πτυχίου

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....σελ.5

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....σελ.5

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

1.1 Ιστορία των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών.....σελ.6

1.2 Κατηγορίες χρηματοοικονομικών τεχνολογιών.....σελ.8

1.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των χρηματοοικονομικών
τεχνολογιών.....σελ.9

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

2.1 Ηλεκτρονική τραπεζική.....σελ.11

2.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-Banking.....σελ.12

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

3.1 Ηλεκτρονικές αγορές.....σελ.14

3.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-Payment.....σελ.16

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Οι Fintech στον κόσμο.....σελ.17

4.2 Οι Fintech στην Ελλάδα.....σελ.21

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Στατιστικά αποτελέσματα δημογραφικών ερωτήσεων.....σελ.23

5.2 Στατιστικά αποτελέσματα για e-Banking εφαρμογές.....σελ.27

5.3 Στατιστικά αποτελέσματα για e-Payment εφαρμογές.....σελ.45

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....σελ.59

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....σελ.62

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....σελ.64

Περίληψη

Στην σημερινή εποχή, θα ήταν λάθος να παραβλέψουμε τα οφέλη από την ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας. Ζούμε σε μια εποχή όπου εφαρμογές που φάνταζαν χρονοβόρες και οι διαδικασίες που ταλαιπωρούσαν τόσο τους πελάτες όσο και τους υπαλλήλους, πλέον, έχουν απλοποιηθεί από την τεχνολογία την ίδια. Οι λειτουργίες σε παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα όπως και οι τρόποι οικονομικών συναλλαγών αλλάζουν είτε λόγω νομοθετικών σχεδίων είτε λόγω διευκόλυνσης της εκπόνησης των διαδικασιών αυτών. Πλέον, με την ανάπτυξη νέων εταιρειών γίνεται περισσότερη και βελτιστοποιημένη εστίαση στις ανάγκες του καταναλωτή και πελάτη με σκοπό τον πιο άμεσο και οικονομικό τρόπο. Μεγάλος ρόλος σε αυτήν την ανάπτυξη έπαιξαν οι χρηματοοικονομικές τεχνολογίες που βοήθησαν στην κάλυψη αναγκών αλλά και στην αντιμετώπιση καταστάσεων που δυσκόλευαν τον καταναλωτή ή πελάτη να βοηθηθεί στις εμπορικές συναλλαγές του. Η πτυχιακή εργασία ασχολήθηκε με δύο τομείς των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα και μέσα από την δημιουργία ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε μια χαρτογράφηση των Ελλήνων καταναλωτών όσον αφορά τις δύο αυτές υπηρεσίες. Η μία κατηγορία αφορά τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εφαρμογές και η άλλη τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Η έρευνα ελπίζω να συνεισφέρει στην διερεύνηση του επιπέδου ωρίμανσης που υπάρχει στην Ελλάδα ως προς τις δυο υποκατηγορίες των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών.

Εισαγωγή

Παρατηρώντας την λέξη fintech συμπεραίνουμε ότι αυτή η λέξη προέρχεται από τον συνδυασμό των financial και technologies. Ο ορισμός fintech σε γενικότερη μορφή είναι η χρήση των προγραμμάτων/εφαρμογών και άλλων τεχνολογιών που χρησιμοποιούνται για την υποστήριξη ή την παροχή τραπεζικών και χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών από εταιρείες. Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούν οι εταιρείες είναι μεταξύ άλλων, το Internet, τα κινητά τηλέφωνα, το cloud καθώς και λογισμικό ανοιχτού κώδικα. Οι υπηρεσίες που παρέχονται μπορούν να χωριστούν σε δύο κατηγορίες : στην πρώτη ανήκουν εταιρείες που προσφέρουν την δυνατότητα στους χρήστες/πελάτες να διαχειρίζονται τα οικονομικά τους καθώς και λήψεις δανείων για start-up επιχειρήσεις κ.α., ενώ στην δεύτερη, εταιρείες παρέχουν αυτές τις δυνατότητες σε χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

1.1 Ιστορία των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών

Ο όρος Fintech παρόλο που φαντάζει νεοσύστατος υπάρχει από τα πολύ παλιά χρόνια. Για την ακρίβεια οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες ξεκίνησαν περίπου το 1880 όταν νέες υποδομές βοήθησαν στην ανάπτυξή τους. Διάφορες τεχνολογίες όπως το τηλέγραφο, τα ατμόπλοια και τα τρένα επέτρεψαν για πρώτη φορά παγκοσμίως να μεταφέρονται χρηματοοικονομικές πληροφορίες ανάμεσα από περιοχές και χώρες. Τα επόμενα σημαντικά γεγονότα που συνέβησαν για τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες ήταν το 1918 όταν χρησιμοποιήθηκε το πρώτο ηλεκτρονικό σύστημα μεταφορά κεφαλαίου που βασίστηκε σε ξεπερασμένες για τα σημερινά δεδομένα τεχνικές όπως το τηλέγραφο και ο κώδικας Morse. Το επόμενο αξιοσημείωτο γεγονός συνέβη το 1950 όταν εταιρείες αποφάσισαν να χρησιμοποιήσουν πιστωτικές κάρτες, ώστε να βοηθήσει την υπόθεση μεταφοράς χρημάτων. Συγκεκριμένα οι πρώτες εταιρείες ήταν η Diner's Club με την American Express Company να την ακολουθεί το 1958. Στην επόμενη δεκαετία δημιουργήθηκαν και τα πρώτα ATM από την τράπεζα Barclays με σκοπό την αντικατάσταση των υποκαταστημάτων αλλά και των υπαλλήλων που δούλευαν σαν ταμίες. Σιγά σιγά οι χρηματοοικονομικές υπηρεσίες αποκτούσαν την παραδοσιακή μορφή που είχαμε συνηθίσει όλα αυτά τα χρόνια. Το 1970

καθιερώθηκε το NASDAQ, το πρώτο ψηφιακό χρηματιστήριο παγκοσμίως, ενώ το 1973 ιδρύθηκε η SWIFT η οποία αποτελεί μέχρι σήμερα το πρώτο και το πιο συνηθισμένο πρωτόκολλο επικοινωνίας μεταξύ των χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων ανά τον κόσμο. Στην δεκαετία του 1980 είχαμε την άνοδο των υπολογιστών και την εισχώρησή τους στα τραπεζικά συστήματα. Με την τεχνολογική αυτή ανάπτυξη να συμβαίνει και σε συνδυασμό με την εμφάνιση του ίντερνετ στην επόμενη δεκαετία, τα τραπεζικά συστήματα αναβαθμίστηκαν πλήρως ανοίγοντας τον δρόμο για νέες ψηφιακές δυνατότητες. [1]

Με την είσοδο του 21^{ου} αιώνα οι τράπεζες είχαν ήδη αναπτύξει ηλεκτρονικές δυνατότητες για την διαχείριση των οικονομικών. Οι πρώτες δυνατότητες των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών ήταν η προβολή πληροφοριών των τραπεζικών λογαριασμών. Το 2008 όμως, μετά την οικονομική κρίση και συνδυασμό με το γεγονός ότι αρκετοί επαγγελματίες οικονομικών μείναν άνεργοι αναπτύχθηκε μια καινούρια εποχή για τις χρηματοοικονομικές τεχνολογίες. Οι ιδέες των ανθρώπων για καλύτερη διαχείριση των οικονομικών και η έλλειψη εμπιστοσύνης που είχαν ως προς τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα οδήγησαν στην κατασκευή ψηφιακών χρηματοοικονομικών εφαρμογών. Σημαντικός παράγοντας ήταν και η νοοτροπία των ανθρώπων που αποφάσισαν να ξεφύγουν από τις τράπεζες και να ανακαλύψουν τις δυνατότητες των τεχνολογιών που είχαν σε εκείνη την χρονική στιγμή και να τις ενώσουν με τις δυνατότητες που προσέφεραν έως τότε οι τράπεζες για την διαχείριση των οικονομικών. Το 2009 ήρθε στην επιφάνεια και το bitcoin που αποτέλεσε το πρώτο κρυπτονόμισμα. Παράλληλα, με την διείσδυση των smartphones στην αγορά οι μεγάλες εκείνη την στιγμή τεχνολογικά εταιρείες αποφάσισαν να κάνουν το ένα βήμα παρακάτω και να δημιουργήσουν δικές τους πλατφόρμες, στις οποίες είχαν πρόσβαση οι άνθρωποι που κατείχαν smartphone, ώστε να μπορούν να προωθηθούν fintech εφαρμογές στο κινητό. Από τότε μέχρι σήμερα οι τεχνολογίες fintech έχουν αλλάξει την μορφή των χρηματοοικονομικών. Πλέον αρκετοί σκέφτονται εναλλακτικούς μεθόδους και ψάχνουν νέες εταιρείες που θα αντικαθιστούν τις δουλειές που κάνουν οι τράπεζες. Για παράδειγμα, όταν βγήκε η πρώτη έκδοση του bitcoin αρκετοί το είδαν σαν απειλή για τις παραδοσιακές χρηματοοικονομικές εταιρείες, αλλά με τον καιρό όχι μόνο άλλαξαν γνώμη, αντιθέτως με την αρχική τους στάση, προσπάθησαν να συνεργαστούν με τις νέες καινοτόμες τεχνολογίες και τα κρυπτονομίσματα. Σχεδόν, μία στις τρεις τράπεζες επιδιώκουν συνεργασίες με start-up εταιρείες που χρησιμοποιούν fintech τεχνολογίες. Οι ανάγκες που έχουν δημιουργηθεί από τους ανθρώπους, τους έχει οδηγήσει στο να εξελιχθούν με νεοσύστατες επιχειρήσεις που επικεντρώνονται σε κάθε άτομο ξεχωριστά. Με αυτό τον τρόπο οι παραδοσιακές τράπεζες

εξελίσσονται και δεν μένουν πίσω στην τεχνολογία, ενώ οι καινοτόμες και καινούριες επιχειρήσεις βρίσκουν πελάτες για να εξυπηρετήσουν αλλά και κεφάλαιο για να λειτουργήσουν και να αναπτυχθούν όλο και περισσότερο.[2]

1.2 Κατηγορίες χρηματοοικονομικών τεχνολογιών

Οι fintech τεχνολογίες χωρίζονται σε πολλές κατηγορίες. Για να καταλάβουμε λίγο καλύτερα το μέγεθος του αντικειμένου θα αναλυθούν οι βασικότερες και μεγαλύτερες κατηγορίες. Η πρώτη και πιο διαδεδομένη είναι η κατηγορία του δανεισμού. Οι εταιρείες fintech έχουν διαφοροποιήσει λίγο ως πολύ την μορφή που είχε το δάνειο από τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα. Αρκετοί άνθρωποι δεν χρειάζεται πλέον να απευθυνθούν στις τράπεζες και να περιμένουν μεγάλο χρονικό διάστημα για να λάβουν κάποιο δάνειο. Έχουν σχεδιαστεί εταιρείες που κάνουν αυτή την δουλειά πιο άμεσα και σε μικρότερο χρονικό περιθώριο. Οι εταιρείες αυτές εκτιμούν γρήγορα την πιστοληπτική ικανότητα των δανειοληπτών και προχωρούν στην διαδικασία δανείου με πιο γρήγορα βήματα. Γνωστές εταιρείες που έχουν ασχοληθεί με την λήψη δανείων είναι η Kabbage και η Borrowell που έχουν εξελίξει αρκετά την διαδικασία δανείων με αποτέλεσμα όλο και περισσότεροι άνθρωποι να δανείζονται από εκεί.

Επόμενη βασική κατηγορία στον χώρο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών είναι οι πληρωμές ή αλλιώς Payments. Υπάρχουν εταιρείες που όπως και στην περίπτωση των δανείων, έτσι και στην περίπτωση αποστολής χρημάτων έχουν απλοποιήσει τις διαδικασίες. Πλέον, μπορούν να σταλούν χρηματικά ποσά από ανθρώπους σε άλλους ανθρώπους χωρίς να μεσολαβούν οι τράπεζες. Επιπλέον, υπάρχει μείωση στο κόστος των δασμών που χρεώνει την μεταφορά χρημάτων κάνοντας τις μεταφορές χρημάτων πιο αποδοτικές από ότι οι τράπεζες. Στην περίπτωση μεταφορών χρημάτων σε παγκόσμιο επίπεδο, οι τράπεζες χρέωναν πολύ την διαδικασία, ενώ ταυτόχρονα καθυστερούσαν και πολύ την υλοποίησή τους. Υποκατηγορία των Payments θεωρούνται και τα οι ηλεκτρονικές αγορές που αφορούν ουσιαστικά την μεταφορά των χρηματικών ποσών από τους καταναλωτές στις εταιρείες όποτε αγοράζουν κάτι ηλεκτρονικώς. Η πτυχιακή έρευνα βασίστηκε και σε αυτή την κατηγορία, η οποία έχει εξελιχθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα.

Στην συνέχεια, έχουμε την κατηγορία της διαχείρισης των οικονομικών. Η διαχείριση των οικονομικών για κάθε άνθρωπο είναι ξεχωριστή και σημαντική. Παλιότερα όσοι ήθελαν να επενδύσουν κάπου τα χρήματά τους έπρεπε να συμβουλευτούν τράπεζες και να υπολογίσουν διάφορους παράγοντες που θα βοηθήσουν στην απόφασή τους. Αυτό έχει αλλάξει, καθώς υπάρχουν οι προσωπικοί οικονομικοί σύμβουλοι οι οποίοι παρακάμπτουν ένα μεγάλο μέρος της γραφειοκρατίας και βοηθούν στην διαχείριση των οικονομικών πιο πολύ. Υπάρχουν εταιρείες που εκτός από την βοήθεια που προσφέρουν στην επένδυση των χρημάτων, αλλά και στην οικονομία τους εφόσον και αν το επιθυμούν οι καταναλωτές.

Η επόμενη μεγάλη κατηγορία σχετίζεται με τις τράπεζες, αλλά όχι τις παραδοσιακές. Για να γίνει κατανοητή αυτή η κατηγορία υπενθυμίζουμε πως οι παραδοσιακές τράπεζες χρεώνουν μεγάλους δασμούς σε συναλλαγές ή υλοποιούν διαδικασίες πιο απλά. Επίσης είναι αυστηροί με τους καταναλωτές σε περίπτωση που θελήσουν να κάνουν μια οποιαδήποτε ενέργεια στον λογαριασμό τους. Γι' αυτό έχουν δημιουργηθεί ψηφιακές τράπεζες που βοηθούν άτομα που θα είχαν δυσκολίες στην δημιουργία τραπεζικών λογαριασμών να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις τους με προπληρωμένες κάρτες. Υπάρχουν δηλαδή εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην παροχή τραπεζικών υπηρεσιών ψηφιακά.

Επόμενη μεγάλη κατηγορία στον χώρο των fintech είναι η ασφάλεια. Οι ασφαλιστικές εταιρείες προσπαθούν να προσεγγίσουν ανθρώπους που δεν έχουν ασφάλεια μέσω νέων τεχνολογιών καθώς και να τους παρέχουν ευέλικτες υπηρεσίες. Για παράδειγμα, μπορεί να δανειστούν από κάποιον γνωστό τους το αμάξι τους και να αγοράσουν ασφάλεια αυτοκινήτου για λίγες μόνο ώρες. Δεδομένου ότι οι ασφάλειες είναι καθορισμένες και σπάνταρ αυτές οι εταιρείες που παρέχουν τις δυνατότητες αυτές έρχονται σε επικοινωνία και συνεργάζονται με τις παραδοσιακές ασφαλιστικές εταιρείες. [3]

1.3 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών

Όπως αναφέρθηκε και στην εισαγωγή η χρηματοοικονομική τεχνολογία, γνωστή και ως fintech αποτελεί την νέα μορφή χρηματοοικονομικών συναλλαγών. Ένα γενικό παράδειγμα fintech είναι τα smartphones που χρησιμοποιούμε καθημερινά για κάθε είδους οικονομική συναλλαγή στο διαδίκτυο. Περιλαμβάνει την χρήση τεχνολογίας για την παροχή

χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και την αντικατάσταση των παλαιών και παρωχημένων μεθόδων. Σαν σύνολο, λοιπόν, στην βιομηχανία fintech θα μπορούσαμε να προσδιορίσουμε και μερικά πλεονεκτήματα ή και μειονεκτήματα που έχει ο χώρος αυτός.

Ξεκινώντας από τα πλεονεκτήματα, παρατηρούμε ότι εάν μια βιομηχανία fintech λάβει αναγνώριση σε εθνικό επίπεδο, δεν θα πρέπει να συμμορφώνεται με διάφορους νόμους σε διαφορετικά κράτη. Αυτό θα σημαίνει πως εφόσον θα αποτελεί ένα ενιαίο σώμα θα έχει και τους ίδιους νόμους που θα ισχύουν για αυτό σε όλα τα κράτη. Μια επιχείρηση fintech, εφόσον αναγνωριστεί σε εθνικό επίπεδο, θα μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες σε πολύ χαμηλές τιμές επειδή δεν θα πρέπει να συμμορφώνεται με διαφορετικούς κρατικούς νόμους. Ταυτόχρονα κάθε fintech επιχείρηση θα είναι πιστοποιημένη καθώς θα ελέγχεται όπως ακριβώς και οι τράπεζες, και επομένως να ακολουθεί παρόμοιους κανονισμούς. Επιπρόσθετα, μια fintech θα πρέπει να συμφωνήσει σε κάποια θεμελιώδη πράγματα όσον αφορά τις συναλλαγές που θα πραγματοποιούνται όπως η προστασία των δεδομένων των πελατών, την διαφάνεια στις λεπτομέρειες των συναλλαγών και πολλά άλλα. Δεδομένου λοιπόν, ότι οι fintech επιχειρήσεις θα αποκτήσουν εθνική αναγνώριση, θα πρέπει οι ίδιες εταιρείες να φτάσουν σε ένα ικανό και αποτελεσματικό επίπεδο ισάξιο με αυτό που έχει μια υψηλού επιπέδου τράπεζα. Εν ολίγης να μπορούν να φτάσουν σε εξυπηρέτηση και κάλυψη αναγκών σε τέτοιο βαθμό που να συναγωνίζονται σε λειτουργίες τα υψηλά παραδοσιακά ιδρύματα.

Στην αντίπερα όχθη για να αναπτυχθούν fintech επιχειρήσεις θα πρέπει να αντιμετωπίσουν κάποια βασικά προβλήματα. Ένα από αυτά είναι η έλλειψη εμπιστοσύνης που θα υπάρχει. Λόγο του ότι είναι κάτι που έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια αρκετοί άνθρωποι ακόμα φοβούνται να δοκιμάσουν τις δυνατότητες του. Οπότε η έλλειψη κάποιου βασικού κοινού που να εμπιστεύεται τις νέες χρηματοοικονομικές τεχνολογίες το κάνει καχύποπτο. Μετέπειτα, εφόσον δεν θα υπάρχει από την αρχή κάποια βάση δεδομένων με στοιχεία ανθρώπων, σημαίνει ότι η επιχείρηση θα έχει περιορισμένη πρόσβαση σε δεδομένα. Εν ολίγης δεν θα έχει δείγμα για να επεξεργάζεται και άρα να καταλαβαίνει τις ανάγκες και τα προβλήματα των ανθρώπων αλλά ταυτόχρονα και να εξελίσσεται ανά τα χρόνια. Από τα μεγαλύτερα προβλήματα που θα αναγκαστεί να υπερβεί μια fintech επιχείρηση είναι το κεφάλαιο. Όπως είναι λογικό, σε κάθε επιχείρηση, θα χρειαστεί ένα κεφάλαιο για να επενδυθεί, μέχρι να έρθουν τα πρώτα αποτελέσματα και ουσιαστικά τα πρώτα έσοδα. Αρκετά από τα αρνητικά που θα αντιμετώπιζαν οι fintech τεχνολογίες αλλά και επιχειρήσεις σίγουρα λύνονται όταν από πίσω κρύβεται ήδη μια μεγάλη εταιρεία που απλά διευρύνει τα τεχνολογικά μέσα με τα οποία εξυπηρετεί τους ανθρώπους. Εφόσον υπάρχει η χρηματοδότηση και η υποστήριξη

από κάποια υπάρχουσα βάση δεδομένων, μια ιδέα fintech μπορεί να αναπτυχθεί και να υλοποιηθεί σε γοργούς ρυθμούς. Τέλος, ένα ακόμη αρνητικό που θα αντιμετωπίσει η fintech επιχείρηση είναι το κράτος και τους νόμους που κυριαρχούν στα οικονομικά κομμάτια. Θα πρέπει να συμμορφώνονται με κανονισμούς που έχουν ψηφιστεί από το κράτος και να κινούνται στα πλαίσια αυτά. Επομένως θα πρέπει να επιβιώσουν και απέναντι στο κράτος και τα νομοθετικά πλαίσια που υπάρχουν για τέτοιου είδους επιχειρήσεις.[4]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

2.1 Ηλεκτρονική τραπεζική

Η ηλεκτρονική τραπεζική είναι ένα σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών όπου οι πελάτες μιας συγκεκριμένης τράπεζας μπορούν να εκτελέσουν όλες τις τραπεζικές τους συναλλαγές. Εν ολίγης, η ηλεκτρονική τραπεζική αναφέρεται σε όλες τις οικονομικές συναλλαγές που πραγματοποιούνται από οποιοδήποτε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα μέσω διαδικτύου. Η χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής από επιχειρήσεις ξεκίνησε να υπάρχει στα μέσα της δεκαετίας του '90. Η δημιουργία λογαριασμών στην ηλεκτρονική τραπεζική αυξήθηκε σχετικά γρήγορα, λόγω του γεγονότος ότι η διαδικασία είχε μικρό κόστος. Πρωτοεμφανίστηκε στις συναλλαγές που γίνονται μέσω ΑΤΜ και τηλεφώνου. Τα τελευταία χρόνια έχει διείσδυση και στον κόσμο του internet μέσα από το οποίο έχει αυξηθεί η πελατολογιακή βάση δεδομένων. Ο κύριος στόχος των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι να παρέχει στους πελάτες πολύ πιο γρήγορα υπηρεσίες με χαμηλό κόστος. Τα τελευταία χρόνια ο κλάδος αυτός έχει συνεργαστεί μόνο με τον κλάδο της τεχνολογίας για την εξέλιξή του. Οι πελάτες μπορούν πλέον να κάνουν χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω της τεχνολογίας, και να ενημερώνονται μέσα από αυτήν για όλες τις καινούριες δυνατότητες των υπηρεσιών αυτών. Η πρόοδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής ξεκίνησε με την χρήση των αυτόματων μηχανών και στην συνέχεια αναπτύχθηκε σε e-banking. Ήδη χρησιμοποιείται το e-banking μέσω των κινητών και αποτελεί την καλύτερη ως τώρα μέθοδο για χρηματοπιστωτικές συναλλαγές.[5]

2.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-Banking

Παρότι η εξέλιξη των υπηρεσιών που προσφέρονται από τις τράπεζες έχουν εξελιχθεί λόγο της τεχνολογίας, πρέπει να γίνει μια αποτίμηση της προόδου αυτής. Γενικότερα, η τεχνολογία έχει βοηθήσει να λυθούν αμέτρητα προβλήματα, και ο κλάδος των τραπεζικών υπηρεσιών είχε αρκετά από αυτά. Ωστόσο, θα ήταν καλό να διαχωρίσουμε μερικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της αλλαγής αυτής.

Ξεκινώντας με τα θετικά μπορούμε να σημειώσουμε πως με τις ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές αρκετές φορές ο πελάτης κερδίζει κάποιες ανταμοιβές. Πολλές φορές οι τράπεζες προσφέρουν κάποια κέρδη ή πλεονεκτήματα όχι μόνος στις ίδιες τις τράπεζες αλλά και στους πελάτες με προγράμματα ανταμοιβών. Με αυτό τον τρόπο θέλουν να κεντρίσουν όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον του πελάτη. Αυτό συμβαίνει επειδή όταν εξυπηρετούν πελάτες συνδεδεμένους με το internet έχουν χαμηλότερο κόστος άρα μπορούν και να προσφέρουν ένα παραπάνω όφελος στον πελάτη. Σημαντικό επίσης πλεονέκτημα αποτελούν και οι ειδοποιήσεις. Εφόσον χρησιμοποιούν την τεχνολογία οι πελάτες για να εξυπηρετηθούν από τις τράπεζες, είναι εφικτό να προστεθεί και μια ακόμη δυνατότητα, αυτή της ειδοποίησης. Η ειδοποίηση μπορεί να σχετίζεται με την είσοδο κάποιου πελάτη στον λογαριασμό του, ίσως κάποια πιθανή οικονομική συναλλαγή, μέχρι και στην ενημέρωση λόγο παραβίασης του ηλεκτρονικού λογαριασμού. Για αυτό η ειδοποίηση που παρέχεται στους χρήστες κρίνεται σημαντική και αναγκαία. Σε συνδυασμό με το προηγούμενο θετικό, μπορούμε να καταλάβουμε ότι οι ηλεκτρονικές τραπεζικές για αυτό το λόγο έχουν γίνει και πιο ασφαλής. Ο χρήστης έχει τον έλεγχο κάθε χρονική στιγμή του λογαριασμού του βλέποντας το ιστορικό των συναλλαγών του καθώς και αλλαγές που έχει πραγματοποιήσει. Σε περίπτωση κάποιας ύποπτης κίνησης ο πελάτης μπορεί να δράσει ενεργά και μέσω των ειδοποιήσεων να προλάβει την ζημιά. Επιπλέον παρέχονται και κωδικοί και ψηφιακές υπογραφές που κάνουν τους λογαριασμούς ακόμη πιο ασφαλείς και πιο δύσκολα να παραβιαστούν. Σημαντικό θετικό αποτελεί και η μείωση του χρόνου που χρειάζεται για την ολοκλήρωση κάποιας μεταφοράς κεφαλαίου ή γενικότερης ενέργειας, την οποία για να υλοποιήσει κάποιος πελάτης θα έπρεπε να πάει στην τράπεζα. Με λίγα μόνο πατήματα κουμπιών οτιδήποτε επιθυμεί να κάνει ο χρήστης θα πραγματοποιηθεί σε λίγα δευτερόλεπτα. Μερικά ακόμα θετικά τα οποία προσφέρει η ηλεκτρονική τραπεζική είναι η ευκολία στην πρόσβαση στα προσωπικά στοιχεία του πελάτη

από τον ίδιο. Έχει τον έλεγχο και ανά πάσα στιγμή μπορεί να πραγματοποιήσει κάποια ενέργεια γρήγορα εφόσον το επιθυμεί. Μπορεί να πληρώσει λογαριασμούς άμεσα και μέσω internet. Στην σημερινή εποχή που κατακλύζεται από το internet, οποιοσδήποτε μπορεί να έχει πρόσβαση σε αυτό και πραγματοποιήσει την ενέργεια που θέλει γλιτώνοντας πάλι χρόνο για την υλοποίηση της διαδικασίας αυτής. Επιπρόσθετα η ηλεκτρονική τραπεζική παρέχει περισσότερες δυνατότητες οποιαδήποτε χρονική στιγμή επιθυμεί ο πελάτης όπου και αν βρίσκεται, είτε αυτό είναι διακοπές είτε είναι Κυριακές που τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα είναι κλειστά. Ο συνδυασμός αυτός κάνει τις υπηρεσίες e-banking βολικές και ταυτόχρονα δίνει μια ευελιξία για χρήση. Τέλος, ένα από τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι υπηρεσίες είναι η καλύτερη εξυπηρέτηση πελάτων γνωστό και ως customer service. Παρόλο που θεωρείται υποτιμημένο αυτός ο κλάδος είναι η αρχή και το τέλος σε κάθε επιχείρηση και σε κάθε υπηρεσία που υπάρχει. Βελτιώνοντας όλες τις δυσκολίες που υπάρχουν στα παραδοσιακά τραπεζικά συστήματα, μεγάλο μέρος των πελατών θα μείνει ευχαριστημένο και παρόλο που θα αλλάξει η μορφή της τράπεζας και των υπηρεσιών της ο χρήστης θα είναι περισσότερο ικανοποιημένος.

Αν και τα θετικά φαίνονται να είναι αρκετά, θα ήταν μεγάλο λάθος να μείνουμε σε αυτά. Η τεχνολογική πρόοδος έχει ωφελήσει τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εφαρμογές και υπηρεσίες, ωστόσο υπάρχουν ακόμα εμπόδια. Ένα από αυτά είναι η δυσκολία που έχουν οι άνθρωποι για την κατανόηση της τεχνολογίας. Αυτό το πρόβλημα εμφανίζεται κυρίως σε άτομα που ανήκουν σε μεγαλύτερη ηλικιακή ομάδα. Η αλλαγή από τον παραδοσιακό τρόπο υλοποίησης των τραπεζικών συναλλαγών σε ηλεκτρονική εφαρμογή δεν αποτελεί για όλους το ίδιο εύκολο. Αρκετοί έχουν ακόμα προβλήματα λόγω ψηφιακού αναλφαριθμητισμού και μηδαμινής οικειοποίησης με την τεχνολογία. Για αυτούς μια τέτοια εξέλιξη φαντάζει πιο δύσκολη στην χρήση και στην εξυπηρέτησή τους. Επόμενο, λοιπόν, είναι να υπάρχει επιφυλακτικότητα στο θέμα αυτό μέχρι να κατανοήσουν τα θετικά που παρέχονται από αυτές τις δυνατότητες. Αρκετοί κυριεύονται από έλλειψη εμπιστοσύνης και υπευθυνότητας. Ερωτήματα περί ασφάλειας τίθενται για το εάν είναι ασφαλή οι λογαριασμοί των πελατών. Σε αντίθεση με τον παραδοσιακό τρόπο, στον οποίο η επαφή με κάποιο προσωπικό της τράπεζας ενέπνεε ασφάλεια και σιγουριά, καθώς η άμεση επαφή με τον λογαριασμό από έμπιστο προσωπικό θα έλυνε το κάθε πρόβλημα θα εμφανιζόταν, αρκετοί ακόμα χρήστες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν σε περίπτωση που γίνει κάποια λάθος εισαγωγή κωδικού ή οποιοδήποτε άλλη μορφή προβλήματος. Επιπλέον, μπορεί η μεταφορά κάποιου οικονομικού ποσού να είναι εφικτή, ωστόσο μεγάλου όγκου ποσά θα χρειαστούν την παρουσία των πελατών στις τράπεζες

για επιβεβαίωση. Επομένως χρειάζεται να υπάρχει πάντα μια πιστοποίηση της συναλλαγής από τους πελάτες στο κατάστημα των τραπεζών. Ένα επιπλέον μειονέκτημα είναι η έλλειψη που υπάρχει για τα συστήματα ασφαλείας. Αρκετοί χρήστες δεν έχουν πειστεί ακόμα πως τα συστήματα είναι απαραβίαστα και ότι στους λογαριασμούς τους έχουν αποκλειστική πρόσβαση μόνο οι ίδιοι. Αυτό προκύπτει από την τεχνολογία την ίδια. Δηλαδή, όσο προοδεύει μια τεχνολογία, τόσο εξελίσσονται και οι διαφορετικές πτυχές γύρω από αυτήν. Μπορεί η εμφάνιση κωδικών να κάνει μια υπηρεσία πιο ασφαλή στην χρήση, όμως οι τεχνικές που υπάρχουν για υποκλοπή των λογαριασμών μπορεί να εξελιχθούν το ίδιο. Άρα, για να γίνει πιο έμπιστη η ηλεκτρονική τραπεζική και να νιώθουν πως είναι σε ένα έμπιστο περιβάλλον οι χρήστες θα πρέπει να αναπτυχθεί η ψηφιακή υποστήριξη. Η ψηφιακή υποστήριξη είναι η μελλοντική υποστήριξη που θα παρέχεται στον χρήστη όποτε αυτός θα έχει κάποιο τεχνικό ζήτημα ή θελήσει να πραγματοποιήσει μια συναλλαγή. Ουσιαστικά θα καλύπτει την απουσία της φυσικής παρουσίας του προσωπικού της τράπεζας. Τέλος, ένας παράγοντας που δυσκολεύει την χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι η δυσκολία στην χρήση των ιστοσελίδων. Οι τράπεζες πρέπει να κατανοήσουν ότι για να υλοποιηθούν οι διαδικασίες ηλεκτρονικώς θα πρέπει να εμφανίζονται απλά και όχι να προσθέτουν δυσκολία στον χρήστη. Για τους πιο νέους σε ηλικία χρήστες ίσως να μην υπάρχει έντονο πρόβλημα, ωστόσο στις μεγαλύτερες ηλικίες η απλοποίηση των ιστοσελίδων και των εφαρμογών που θα παρέχει είναι μεγάλο ζήτημα.[6]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

3.1 Ηλεκτρονικές αγορές

Ως ηλεκτρονικές αγορές ορίζουμε μέσα σε ένα σύστημα πληρωμών τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιείται η συναλλαγή ή η πληρωμή αγαθών μέσω ηλεκτρονικού μέσου, χωρίς την χρήση επιταγών ή μετρητών. Εν ολίγης κάθε αγορά υπηρεσίας ή προϊόντος που πραγματοποιείται και πληρώνεται ηλεκτρονικώς είναι μια ηλεκτρονική αγορά. Το σύστημα αυτό έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια ραγδαία με την εμφάνιση των ηλεκτρονικών

καταστημάτων. Πολλοί λόγοι εκτός από την παρουσία των e-shop οφείλονται στην γρήγορη χρήση τους. Για παράδειγμα, οι συναλλαγές γίνονται πιο γρήγορα χωρίς να μεσολαβούν ενδιάμεσοι παράγοντες, ενώ ταυτόχρονα ο χρόνος αγοράς ελαχιστοποιείται αρκετά. Από τους πιο σημαντικούς όμως παράγοντες που ανέπτυξαν τις ηλεκτρονικές αγορές τα τελευταία χρόνια είναι η ασφάλεια που προσφέρεται κατά την διάρκεια της συναλλαγής.

Οι πιο συνηθισμένοι τρόποι πληρωμής ηλεκτρονικά είναι η πληρωμή με πιστωτική ή χρεωστική κάρτα. Αυτοί οι δυο τρόποι είναι οι πιο συνηθισμένοι χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν άλλοι, όπως οι τραπεζικές μεταφορές, τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια, οι έξυπνες κάρτες ή το κρυπτονόμισμα bitcoin κ.ά. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι μέθοδοι με τους οποίους πραγματοποιούνται οι ηλεκτρονικές πληρωμές διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες : η πρώτη είναι με πιστωτικές κάρτες και η δεύτερη με το σύστημα πληρωμών που υπάρχει σε μετρητά.

Στο πιστωτικό σύστημα πληρωμών έχουμε τις πιστωτικές κάρτες, τα ηλεκτρονικά πορτοφόλια και τις έξυπνες κάρτες. Οι πιστωτικές κάρτες είναι μια μορφή του συστήματος e-payment που απαιτεί μια κάρτα βγαλμένη από παραδοσιακά ιδρύματα για την πραγματοποίηση συναλλαγών μέσω μιας ηλεκτρονικής συσκευής. Τα e-wallet είναι μια μορφή προπληρωμένων λογαριασμών στον οποίο συλλέγονται και αποθηκεύονται τα στοιχεία του χρήστη, όπως πληροφορίες από την πιστωτική ή χρεωστική κάρτα για να υλοποιήσουν μια συναλλαγή πιο εύκολα. Τέλος, οι έξυπνες κάρτες είναι κάρτες που κατέχουν πάνω τους έναν μικροεπεξεργαστή και μπορούν να γεμίσουν με χρήματα όποτε ο χρήστης το επιθυμεί για να κάνει στο μέλλον κάποια συναλλαγή.

Στην περίπτωση του συστήματος πληρωμών όπως με μετρητά, υπάρχει η άμεση χρέωση, το e-check, το e-cash και οι κάρτες stored-value card. Η άμεση χρέωση είναι μια χρηματοοικονομική συναλλαγή στην οποία ο κάτοχος λογαριασμού δίνει εντολή στην τράπεζα να εισπράξει ένα συγκεκριμένο ποσοστό από τον λογαριασμό του ηλεκτρονικά και να πληρώσει αγαθά ή υπηρεσίες. Τα e-check είναι η ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων από έναν τραπεζικό λογαριασμό χωρίς την χρήση χαρτιού. Στην περίπτωση των e-cash, ο κάτοχος κάποιου λογαριασμού μεταφέρει ένα ποσό χρημάτων στην ηλεκτρονική συσκευή που θέλει και το χρησιμοποιεί το ποσό αυτό πάλι για ηλεκτρονικές συναλλαγές. Τέλος, έχουμε τις stored-value cards που είναι κάρτες στις οποίες έχει αποθηκευτεί κάποιο ποσό. Τυπικό παράδειγμα τέτοιων καρτών είναι οι gift cards που μπορεί να δοθούν σαν δώρο από έναν χρήστη σε έναν

άλλον, στις οποίες κάρτες υπάρχει μέσα ένα ποσό που μπορεί κάποιος να το βάλει σε κάποιο ηλεκτρονικό λογαριασμό του.[7]

3.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα e-Payment

Όπως είναι αναμενόμενο με κάθε καινούρια τεχνολογική εξέλιξη υπάρχουν τα θετικά και τα αρνητικά. Σκοπός είναι τα περισσότερα πράγματα που συμβαίνουν και σχετίζονται γύρω από τον άνθρωπο να έχουν θετικότερη επίδραση και να προσφέρουν λύσεις στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι. Παρακάτω θα γίνει μια μικρή ανάλυση των θετικών επιδράσεων που έχει η ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών αλλά ταυτόχρονα θα γίνει και ένας μικρός απολογισμός για τις πιθανές αρνητικές εκτάσεις που μπορεί να έχει το θέμα αυτό.

Ξεκινώντας, ένα από τα θετικότερα πράγματα που προσφέρει αυτή η υπηρεσία είναι ότι ενώνει πελάτες από όλο τον κόσμο. Πλέον, μπορούν άτομα που βρίσκονται πολλά χιλιόμετρα μακριά να κάνουν αγορές με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι πωλήσεις ανά τον κόσμο. Στην συνέχεια, παρατηρούμε το φαινόμενο της αποτελεσματικότερης και αποδοτικότερης συναλλαγής μιας και οι συναλλαγές γίνονται σε δευτερόλεπτα με κάποια απλά πατήματα κουμπιών. Τα πράγματα έχουν γίνει απλά και ταχύτερα. Επιπλέον το κόστος της συναλλαγής έχει γίνει πολύ μικρό έως μηδαμινό. Το μόνο που χρειάζεται κάποιος για να πραγματοποιήσει μια ηλεκτρονική συναλλαγή είναι μια ηλεκτρονική συσκευή, είτε αυτό είναι υπολογιστής είτε κινητό είτε οτιδήποτε. Μαζί με αυτό, οι χρήστες μπορούν μέσω της συσκευής τους να δουν άμεσα και όποτε θέλουν τον λογαριασμό τους και τα έξοδα που έχουν κάνει παρακολουθώντας το ιστορικό των συναλλαγών τους. Αυτό τους προσφέρει μια ευελιξία στον έλεγχο του λογαριασμού τους αλλά και της συμπεριφορά τους ως προς τον καταναλωτισμό. Σημαντικό, επίσης, γεγονός είναι ότι ο καθένας μπορεί να προσθέσει πληρωμές στον δικό του ιστότοπο ή ηλεκτρονικό κατάστημα, ακόμα και αν δεν είναι ειδικευμένο πάνω σε αυτό τον τομέα. Τα πράγματα έχουν απλουστεύσει τόσο που ο καθένας μπορεί να το κάνει αυτό και ταυτόχρονα να εγγυηθεί ότι οι πληρωμές που θα δέχεται δεν θα είναι ψεύτικες ή απατηλές. Με αυτό τον τρόπο η συναλλαγή γίνεται αξιόπιστη και από την πλευρά του πωλητή.

Όσα θετικά και να προσφέρει η τεχνολογία πάντα θα υπάρχει και η άλλη όψη του νομίσματος. Δυστυχώς, όσο περνάνε τα χρόνια η απάτη στο ηλεκτρονικό εμπόριο αυξάνεται.

Κάθε χρόνο όλο και περισσότεροι χρήστες πέφτουν θύματα εξ απάτης σε ηλεκτρονικές συναλλαγές. Εάν ακολουθηθούν σωστά οι οδηγίες για την αγορά αγαθών ή υπηρεσίες τότε δεν υπάρχει περίπτωση πλέον να συμβεί αυτό. Αυτό μπορεί να σημαίνει ότι ο ιστότοπος στον οποίο επισκέπτεται κάποιος χρήστης δεν είναι παράνομο ή ότι αγοράζει από κάποιον μη έμπιστο πωλητή καθώς και άλλες τέτοιου είδους λεπτομέρειες. Στην ουσία όμως ο χρήστης θα πρέπει να κοιτάει πάντα από ποιον αγοράζει και τι μεθόδους πληρωμών παρέχει καθώς και να ελέγξει τις περιπτώσεις που γίνει κάποια λάθος αγορά, ώστε να επιστραφεί πίσω το ποσό σε αυτόν. Είναι σημαντικό να μην συμπληρώνονται ευαίσθητα στοιχεία σε πλατφόρμες που δεν έχουν πιστοποιηθεί. Επόμενο αρνητικό είναι η έλλειψη ανωνυμίας καθώς υπάρχει πάντα η περίπτωση τα στοιχεία σας να βρίσκονται σε κάποια βάση δεδομένων. Αρκετοί δεν το σκέφτονται αυτό το σενάριο και ενδεχομένως δεν υπολογίζουν κάποιον κίνδυνο μέσα από αυτό. Σίγουρα, ένα σημαντικό αρνητικό των ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι ότι υπάρχει ανάγκη για πρόσβαση στο internet. Δεν υφίσταται ηλεκτρονική συναλλαγή χωρίς internet. Πρέπει να είσαι συνδεδεμένος, ώστε να μπορείς να αγοράσεις ή πωλήσεις κάποιο προϊόν ή αγαθό. Τέλος, αν και όχι τόσο αρνητικό εκ πρώτης όψεως, πρέπει οπωσδήποτε να υπάρχει πλέον ποικιλία στους τρόπους ηλεκτρονικών πληρωμών, διότι η τεχνολογία και το εμπόριο αυξάνεται οπότε θεωρείται αναγκαίο να έχει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα διαφορετικούς μεθόδους ηλεκτρονικών πληρωμών για την ευκολία στην εξυπηρέτηση των πελατών του.[7]

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

4.1 Οι Fintech στον κόσμο

Οι fintech τεχνολογίες στον κόσμο έχουν ήδη αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό. Σε αρκετές χώρες έχουν φτάσει σε προχωρημένο στάδιο και ωρίμανσης, ενώ σε άλλες αντιμετωπίζουν μερικά προβλήματα ακόμη. Στόχος της έρευνας είναι μέσα από τα ήδη υπάρχοντα δεδομένα να καταγράψει την συμπεριφορά του Έλληνα χρήστη στις δύο υποκατηγορίες των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών και να εξάγει λύσεις στα κυρίως προβλήματα που

προκύπτουν. Παρακάτω θα γίνει ανάλυση της υιοθέτησης των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών από τους χρήστες ανά τον κόσμο.

Είναι γνωστό ότι στις μέρες μας, οι καταναλωτές έχουν ενσωματώσει την τεχνολογία μέσα στην ζωή τους για την πραγματοποίηση λειτουργιών που θα τους γλυτώσουν χρόνο και χρήματα. Μάλιστα, μια έρευνα στις αρχές του 2015 έδειξε ότι αρκετοί συμμετέχοντες από διάφορες κατηγορίες ανθρώπων ως προς την εξοικειώσή τους με την τεχνολογία γνωρίζουν ότι υπάρχουν οι εφαρμογές ηλεκτρονικών τραπεζικών στον υπολογιστή σε ποσοστό 48%, αλλά παρόλα αυτά μόνο το 12% ήταν οικείο με την χρήση αυτών. [11]

Μέσα από τις συνεχόμενες αναπτύξεις και εξελίξεις των ηλεκτρονικών τραπεζικών είτε στον υπολογιστή είτε στο κινητό, οι χρήστες αυξάνονται ή έστω ενημερώνονται όλο και περισσότερο. Για αυτό το λόγο οι επενδύσεις έχουν ανέβει ακόμα περισσότερο φτάνοντας το 2012 μέχρι το 2015 φτάνοντας την τελευταία χρόνια μέχρι και 47 δις. δολάρια. Ένας ακόμη λόγος που έρχεται να επιβεβαιώσει την επένδυση στις fintech τεχνολογίες είναι και η παγκόσμια υιοθέτηση που υπήρξε. Ανάμεσα σε 15 χώρες τουλάχιστον οι μισοί επιχειρηματίες έχουν κάνει οικονομικές συναλλαγές χρησιμοποιώντας νέες τεχνολογίες αντί των παραδοσιακών ιδρυμάτων. [12]

Για να διαδοθεί όμως μια νέα τεχνολογία είναι αρκετά σημαντικό να κατανοήσουμε τους βασικούς λόγους που οι χρήστες θα χρησιμοποιούσαν ένα νέο τεχνολογικό προϊόν. Ανάμεσα σε έξι παγκόσμιες αγορές το 44% των ανθρώπων επιθυμούν να υπάρχει ευκολία στην χρήση του λογαριασμού τους καταλαμβάνοντας το μεγαλύτερο ποσοστό. Στο μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης των τεχνολογιών αυτών όμως εμφανίζεται να είναι η μεταφορά χρημάτων ή η πληρωμή λογαριασμών με ποσοστό 17,6%. Ένας από τους κύριους λόγους που δεν χρησιμοποιούν fintech τεχνολογίες ήταν ότι δεν ήξεραν αρκετοί άνθρωποι ότι υπήρχαν οι τεχνολογίες αυτές. [13]

Παρατηρούμε λοιπόν, ότι οι περισσότεροι άνθρωποι στρέφονται στην διαχείριση των οικονομικών. Εφόσον είναι εφικτό να γίνει αυτό, αρκετοί προσπαθούν είτε να ελιχθούν ανάμεσα από τις ηλεκτρονικές τραπεζικές εφαρμογές είτε να χρησιμοποιήσουν νέες μορφές τραπεζών. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι περισσότεροι σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε παγκοσμίως το 54% από αυτούς απάντησε ότι οι τομείς που θα επηρεαστούν περισσότερο θα αφορούν τα περιουσιακά στοιχεία με δεύτερο τομέα να ακολουθούν οι τράπεζες με ποσοστό 16%. [14]

Όσο περνούσαν τα χρόνια όμως, όλο και περισσότεροι ξεκίνησαν να εμπιστεύονται την ηλεκτρονική τραπεζική. Το 2017, το 41% των χρηστών από τοπικές τράπεζες ανά τον κόσμο χρησιμοποιούσαν τις ιστοσελίδες και το διαδίκτυο για να υλοποιήσουν τραπεζικές διαδικασίες. Ωστόσο, ένα μεγάλο ποσοστό από τους ερωτηθέντες σε ποσοστό 87% πιστεύουν ότι τα smartphones θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στην χρήση των fintech τεχνολογιών. Το μεγάλο ερώτημα είναι πώς μπορούν οι τράπεζες να κινηθούν, ώστε να κρατήσουν το ενδιαφέρον των πελατών τους μέσω αυτών των εφαρμογών είτε από τον υπολογιστή είτε από το κινητό. [15]

Στο μέλλον υπάρχει μεγάλη πιθανότητα συνεργασίας από τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα και τις νέες τεχνολογικά επιχειρήσεις. Φαίνεται εξάλλου από τις κινήσεις που γίνονται με τις χρηματοδοτήσεις σε τράπεζες να αυξάνονται ανά το χρόνο. Παρόλα αυτά δεν ενδιαφέρουν τους χρήστες όλες οι διαδικασίες να γίνονται μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής. Συγκεκριμένα, τις χρονιές από το 2015 μέχρι το 2017 έχουν δαπανηθεί περισσότερο από 16,5 δις δολάρια για την ανάπτυξη των εφαρμογών πληρωμής και ότι σχετίζεται με τον οικονομικό προϋπολογισμό αλλά και τις καταθέσεις και τα δάνεια. [16]

Από τις πιο χρήσιμες δυνατότητες όμως που προσφέρουν οι ηλεκτρονικές τραπεζικές σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε αρχές του 2018, αρκετοί θεωρούν σημαντικό να μπορούν να ελέγχουν το υπόλοιπο του λογαριασμού τους αλλά και το ιστορικό των συναλλαγών τους. Πιστεύουν ότι και η μεταφορά χρημάτων είναι εξίσου σημαντική και για αυτό μέσα στο ερωτηματολόγιο υπάρχουν και ερωτήματα που τέθηκαν για το ποια υπηρεσία θεωρούν πιο χρήσιμοι οι Έλληνες χρήστες. [17]

Εκτός όμως από τα δυνατά σημεία που παγκοσμίως προσφέρουν ανάπτυξη στον τομέα αυτό πρέπει οι εταιρείες και οι τράπεζες που θα δημιουργήσουν τέτοιες εφαρμογές να παρατηρήσουν και άλλες λεπτομέρειες. Μια από αυτές είναι ότι η εφαρμογή θα πρέπει να είναι διαθέσιμη ανά πάσα στιγμή στον χρήστη. Είναι σημαντικό να χτιστεί εμπιστοσύνη μεταξύ του πελάτη και της εφαρμογής. Θα πρέπει να παρέχονται όλες οι πληροφορίες που επιθυμεί να βλέπει ανεξαρτήτως την χρήση που θα κάνει. Σε μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε στην Ζάμπια, παρατηρήθηκε πως μεγάλο ποσοστό του δείγματος προτίμησε να υπάρχει οικειότητα και δυνατότητα ενημέρωσης για την χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών. [18]

Το ερωτηματολόγιο πραγματοποιήθηκε για να εμφανίσει δυσκολίες και δυνατά σημεία που εμφανίζουν να έχουν στην Ελλάδα οι ηλεκτρονικές τραπεζικές αλλά και οι ηλεκτρονικές

πληρωμές. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές έχουν αυξηθεί αρκετά σε κάθε χώρα ανά τον κόσμο, ωστόσο δεν ήταν όλες τόσο θετικές.

Πάραυτα υπάρχουν ακόμη αρκετοί λόγοι για τους οποίους κάποιοι δεν προτιμούν να χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών. Σύμφωνα με μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο του 2018 σε διάφορες παγκόσμιες αγορές παρατηρήθηκε ότι σε μεγάλο ποσοστό 49.6% προτιμούσαν να πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω των πιστωτικών καρτών ή με αντικαταβολή παρά να χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών, ενώ αρκετοί απάντησαν πως είχαν και έλλειψη εμπιστοσύνης για την ασφάλεια της διαδικασίας που γινόταν για να πραγματοποιηθεί μια οικονομική συναλλαγή. [17]

Το 2019, σε μια έρευνα που έλαβαν μέρος 27.000 άτομα ανάμεσα από 27 αγορές στην παγκόσμια έρευνα χρηματοοικονομικών τεχνολογιών έγινε κατανοητό ότι σε ποσοστό 96% παγκοσμίως τα άτομα αυτά ήξερα τουλάχιστον μια τεχνολογία για την μεταφορά χρημάτων για πληρωμές συναλλαγών. Μάλιστα το 75% των χρηστών χρησιμοποιούν κιόλας εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών. Φυσικά οι χώρες με τις πιο διαδεδομένες και περισσότερο σε χρήση κατηγορίες fintech είναι η Κίνα και η Ινδία με ποσοστό 87% η κάθε μία, ενώ ο μέσος όρος χρήσης των fintech τεχνολογιών σε όλο τον κόσμο είναι 64%. Υπήρξε γενικότερα από το 2015 μια ραγδαία αύξηση των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών. Αυτό όμως γιατί συνέβη; Μεγάλη ευθύνη έχουν οι εταιρείες που έχουν βελτιώσει τις εφαρμογές τους όσον αφορά την προσβασιμότητα και την επάρκεια. Δηλαδή πλέον οι χρήστες εμπιστεύονται περισσότερο για να υλοποιήσουν χρηματοοικονομικές συναλλαγές καθώς έχουν λυθεί προβλήματα που αφορούν την διαθεσιμότητα, την ασφάλεια δεδομένων και την άμεση εξυπηρέτηση του πελάτη. [19]

Παρατηρείτε στον κόσμο, πως οι άνθρωποι που ελκύονται και προσεγγίζονται είναι διαφορετικοί και ανήκουν ο καθένας σε διαφορετικές κατηγορίες. Τα άτομα που ασχολούνται αρκετά με την τεχνολογία και προσπαθούν μέσω εφαρμογών είτε από τον υπολογιστή τους είτε από το κινητό τους να πραγματοποιούν χρηματοοικονομικές συναλλαγές θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως πρωτοπόροι και καινοτόμοι, καθώς θέλουν να δοκιμάσουν νέα τεχνολογικά πράγματα. Υπάρχουν όμως και άτομα που είναι μεγάλοι σε ηλικία και αποφεύγουν την χρήση της τεχνολογίας ή προσπαθούν να μην επεκταθούν ιδιαίτερα μέσα από αυτήν έχοντας τον χαρακτηριστικό του παραδοσιακού. Εκτός όμως από αυτές τις δύο βασικές κατηγορίες υπάρχουν και οι ρεαλιστές που βλέπουν την τεχνολογία ως μέσον να ξεφύγουν από κάποιες παραδοσιακές λειτουργίες και να διευκολύνουν την ζωή τους. Αυτοί, προσελκύονται

από υπηρεσίες που θα τους προσφέρουν κάποια πλεονεκτήματα στις μελλοντικές αγορές τους ή υπηρεσίες που θα ζητήσουν. Τέλος, έχουμε τους σκεπτικούς που αποτελούν συνήθως την μεγαλύτερη μάζα. Είναι τα άτομα που δεν θέλουν να ρισκάρουν πάρα πολύ, ωστόσο θέλουν να τους παρέχονται καλύτερες και πιο εξατομικευμένες υπηρεσίες. Στην έρευνα που έλαβε μέρος υπήρχαν άτομα και από τις τέσσερις αυτές κατηγορίες. Σκοπός είναι η κατανόηση μέσα από τις ποικίλες κατηγορίες των ατόμων που συμμετείχαν σε τι βαθμό έχουν αναπτυχθεί οι ηλεκτρονικές τραπεζικές και οι ηλεκτρονικές πληρωμές. [20]

4.2 Οι fintech τεχνολογίες στην Ελλάδα

Ξεκινώντας την ανασκόπηση για τις χρηματοοικονομικές τεχνολογίες που υπάρχουν στην Ελλάδα, θα πρέπει να σκεφτούμε διάφορους παράγοντες που παίζουν ρόλο στην ανάπτυξη των fintech. Πρώτος και σημαντικός παράγοντας είναι η γεωγραφική θέση της Ελλάδας. Από τα παλιότερα χρόνια μέχρι και τώρα η χώρα μας βρίσκεται ανάμεσα από τρεις ηπείρους. Αυτό σημαίνει αυτομάτως ότι είναι σημαντική χώρα από γεωγραφική άποψη, καθώς αρκετές συναλλαγές περνάνε μέσω της χώρας μας. Επομένως, η Ελλάδα είχε πάντα προοπτική για την ανάπτυξη τεχνολογιών που σχετίζονται με το εμπόριο. Το πρώτο μεγάλο στιγμιότυπο για την σκηνή της Ελλάδας ήταν η υποστήριξη από το Jeremie που δέχθηκαν πολλές startup επιχειρήσεις. Το Jeremie δημιουργήθηκε από ένα κοινό χρηματικό ταμείο της Ευρωπαϊκής επιτροπής, που είχε ως στόχο να βοηθήσει οικονομικά νεόχτιστες επιχειρήσεις. Αυτό έγινε εφικτό, διότι μέσα από αυτό δημιουργήθηκαν οι πρώτες πλατφόρμες στην Ελλάδα όπως το e-food.gr που είναι η νούμερο ένα σε χρήση εφαρμογή για παραγγελίες τροφίμων, AirTickets.gr, η οποία είναι ηλεκτρονική εταιρεία που προσφέρει φθηνά αεροπορικά εισιτήρια και πολλές ακόμη εφαρμογές. Πλέον, το κεφάλαιο Jeremie έχει εξασθενήσει αλλά παρόλα αυτά ήταν αρκετό για να δώσει τα πρώτα πατήματα σε ελληνικές επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες που θα απλουστεύσουν αρκετά την ζωή των πολιτών.

Το 2016 η Αθήνα κατατάχθηκε στην 56^η θέση ανάμεσα από τις 60 κορυφαίες χώρες που έχουν δείξει ανάπτυξη στον τομέα των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών δείχνοντας ότι έχει γίνει μια καλή εκκίνηση. Όλα αυτά συνέβησαν σε συνδυασμό με τα capital controls το 2015 που ενώ φάνηκαν να δένουν τα χέρια των πολιτών σε οικονομικές συναλλαγές, έγινε κατανοητό από το ίδιο το κοινό την σημασία των χρηματοπιστωτικών τεχνολογιών. Κατά την

διάρκεια των capital controls στην Ελλάδα, οι fintech τεχνολογίες έδωσαν πολλές άμεσες λύσεις ηλεκτρονικώς στους ανθρώπους. Μπορεί για τους περισσότερους να φάνηκε σαν μια οδυνηρή εμπειρία, ωστόσο τράβηξε την προσοχή των ανθρώπων στην ηλεκτρονική τραπεζική και στις χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις. Εφόσον οι περισσότεροι στράφηκαν προς τα εκεί παρατηρήθηκε στην χώρα μεγάλη αύξηση στην επιλογή κάρτας για πληρωμή αγαθών και υπηρεσιών. Εκεί που το κοινό δεν είχε την παραμικρή ιδέα για τις χρηματοοικονομικές επιχειρήσεις, σιγά σιγά απέκτησε μια εμπειρία.[8]

Μεγάλο μέρος ευθύνης πιστώνεται και σε υψηλά μορφωμένους μηχανικούς και προγραμματιστές λογισμικών που βοήθησαν να αναπτυχθεί το οικοσύστημα των fintech. Η οικονομική κρίση που επηρέασε την χώρα από το 2008 και μετά, ανάγκασε άτομα που είχαν γνώσεις αλλά άνεργοι, να δημιουργήσουν δικές τους επιχειρήσεις. Μερικές από αυτές τις fintech επιχειρήσεις εκτοξεύθηκαν στα επόμενα χρόνια όπως για παράδειγμα η Viva η οποία ασχολείται με υπηρεσίες ψηφιακών πληρωμών και ηλεκτρονικής τραπεζικής, το Elogus που είναι ένα ηλεκτρονικό λογισμικό τιμολόγησης και το Billit.io που βοηθά αρκετούς πολίτες να κάνουν διάφορες οικονομικές λειτουργίες. Παρόλα αυτά λόγω της πολιτικής που επικρατεί στην Ελλάδα, υπήρχαν συνεχώς αυξήσεις φόρων και άκαμπτοι κανονισμοί που έβαζαν πολλά εμπόδια στις επιχειρήσεις αυτές. Για να καταπολεμηθεί αυτό το φαινόμενο ορισμένες επιχειρήσεις, ακόμα και μικρές, δημιούργησαν μια προκήρυξη που παρουσίαζε τις ανησυχίες των επιχειρήσεων για αυτές τις μεταβολές. Η δήλωση ουσιαστικά, από τις επιχειρήσεις, ζητούσε την απλοποίηση των φορολογικών πλαισίων και την διατήρησή τους για μεγάλο χρονικό διάστημα καθώς και κρατική χρηματοδότηση σε startup επιχειρήσεις, ενώ κρινόταν και αναγκαίο η παροχή κινήτρων και εγγυήσεων σε καινοτόμες επιχειρήσεις που είχαν ως σκοπό την επέκταση σε ξένες αγορές. Ακόμα και έτσι, ο χρηματοοικονομικός κλάδος στην Ελλάδα βρίσκεται σε αρχικά στάδια αλλά η κατάσταση στην οποία επήλθε η χώρα την βοήθησε να ασχοληθεί με τον κλάδο αυτόν.[9]

Όσον αφορά τις ηλεκτρονικές πληρωμές στην Ελλάδα, λόγω της επιβολής των capital controls, ανέβηκαν εντυπωσιακά πάρα πολύ στην χώρα μας. Ωστόσο σε σχέση με τα υπόλοιπα Ευρωπαϊκά κράτη η Ελλάδα παραμένει στις τελευταίες θέσεις των ηλεκτρονικών συναλλαγών καταλαμβάνοντας την 24^η από τις 28 ευρωπαϊκές χώρες. Παρότι οι πληρωμές μέσω καρτών αυξήθηκαν τα τελευταία χρόνια και ανέβασαν την χώρα δυο θέσεις, σύμφωνα με δημοσιεύσεις της ΕΚΤ η Ελλάδα παραμένει ουραγός στις ηλεκτρονικές πληρωμές συγκρινόμενη με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Με βάση τα στοιχεία της ΕΚΤ, το 2018 στην Ελλάδα πραγματοποιήθηκαν 1,2 δις. Ηλεκτρονικές πληρωμές έναντι 1 δις το 2017 και 795 εκατ. Το

2016 πράγμα που δηλώνει ότι οι οικονομικές συναλλαγές αυξάνονται. Η πλειοψηφία όμως των συναλλαγών αυτών πραγματοποιήθηκε με κάρτες σε ποσοστό πάνω από 50%. [10]

Στο πλαίσιο του κλάδου των ηλεκτρονικών τραπεζικών, η Ελλάδα είχε κάνει προσπάθειες εδώ και πολλά χρόνια να εντάξει πολίτες στο e-banking. Ήδη από το 2000 και μετά ξεκίνησαν οι πρώτοι χρήστες να χρησιμοποιούν υπηρεσίες ηλεκτρονικών τραπεζικών αλλά σε μικρό ποσοστό. Μέχρι το 2004 είχαν δημιουργηθεί από τις περισσότερες τράπεζες της Ελλάδας αρχικές υπηρεσίες για τους πολίτες για να ελέγχουν τον τραπεζικό τους λογαριασμό. Αυτές ήταν πληροφορίες για υπόλοιπο λογαριασμού, πληροφορίες για κίνηση λογαριασμού καθώς και κάποιες κύριες υπηρεσίες όπως ειδικές φόρμες για αιτήσεις και άλλες υπηρεσίες.

Τα τελευταία, όμως χρόνια στην Ελλάδα, λόγω την προόδου της τεχνολογίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των κλάδου fintech, παρατηρούμε ότι οι περισσότερες και μεγαλύτερες τράπεζες έχουν δημιουργήσει e-banking εφαρμογές τόσο στην υπολογιστή όσο και στα κινητά. Παρόλο που οι τράπεζες είχαν υποστεί οικονομικά πλήγματα με την κρίση που έλαβε μέρος, αρκετές τράπεζες αναγκάστηκαν να εξελιχθούν και να αλλάξουν αρκετά τον τρόπο με τον οποίο παρέχουν τις υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών τους. Επομένως παρατηρούμε από το 2015 και μετά νέες ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω εφαρμογών που αναπτύσσονται και να κεντρίζουν το ενδιαφέρον του Έλληνα χρήστη. Κύριος λόγος είναι η εξάπλωση του internet στο μεγαλύτερο ποσοστό των νοικοκυριών, πράγμα που διευκόλυνε την πρόσβαση των χρηστών στις ηλεκτρονικές τραπεζικές εφαρμογές. Το 2015 παρόλο που θα μπαίναν σε εφαρμογή τα capital controls παρατηρούμε μια νέα εποχή να ξεκινάει και να γίνονται πλέον οι περισσότερες συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής. Επομένως αυτό που έγινε αισθητό ήταν η μεταβολή του Έλληνα καταναλωτή προς τις αγορές μέσω διαδικτύου και άρα την ανάγκη να δημιουργηθούν e-banking λογαριασμού, ώστε να πραγματοποιηθούν αυτοί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

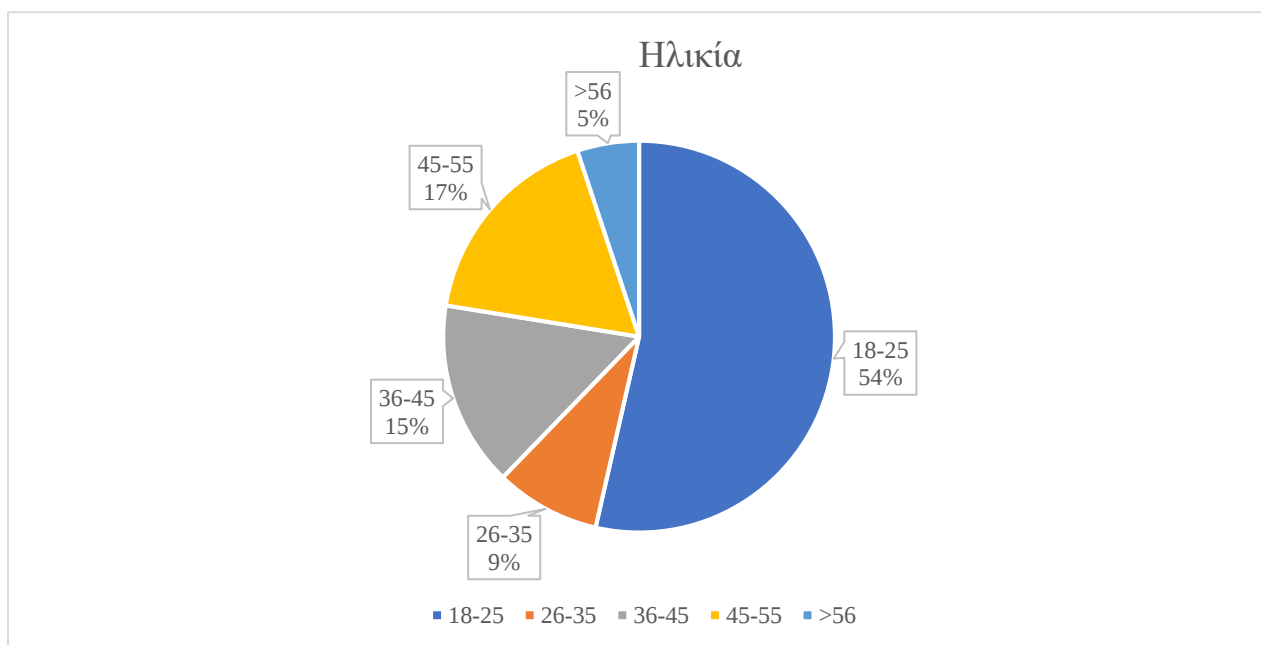
5.1 Στατιστικά αποτελέσματα δημογραφικών ερωτήσεων

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε κατά την χρονική περίοδο από τις 1^η Ιουλίου μέχρι και τις 31 Σεπτεμβρίου. Η καταγραφή έγινε ηλεκτρονικώς χρησιμοποιώντας την πλατφόρμα google docs. Καταμετρήθηκαν 196 αποτελέσματα.

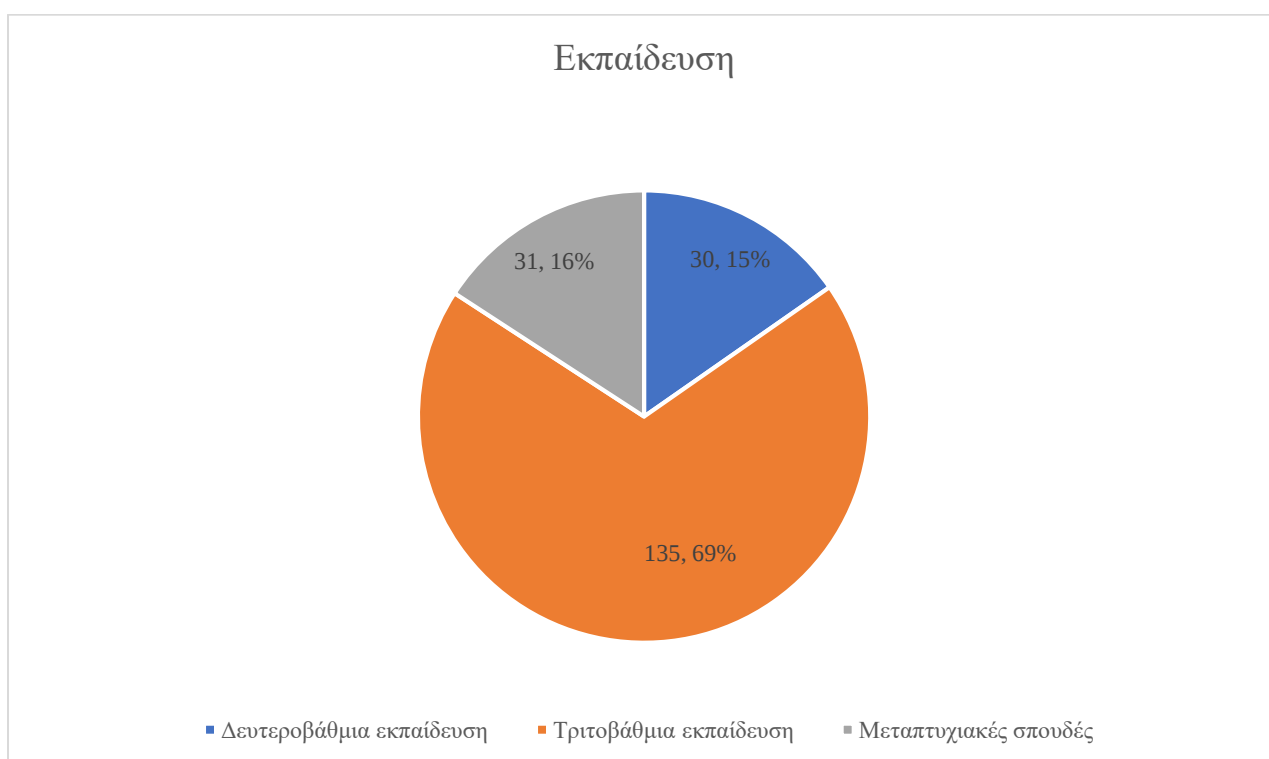
ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	N	Ποσοστό
ΗΛΙΚΙΑ		
18-25	105	53,6%
26-35	17	8,7%
35-45	30	15,3%
46-55	34	17,3%
>56	10	5,1%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ		
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	30	15,3%
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	135	68,9%
Μεταπτυχιακές σπουδές	31	15,8%
ΕΙΔΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ		
Δημόσιος/Ιδιωτικός υπάλληλος	70	35,7%
Ελεύθερος/η επαγγελματίας	28	14,3%
Φοιτητής/τρια	88	44,9%
Άνεργος/η	10	5,1%

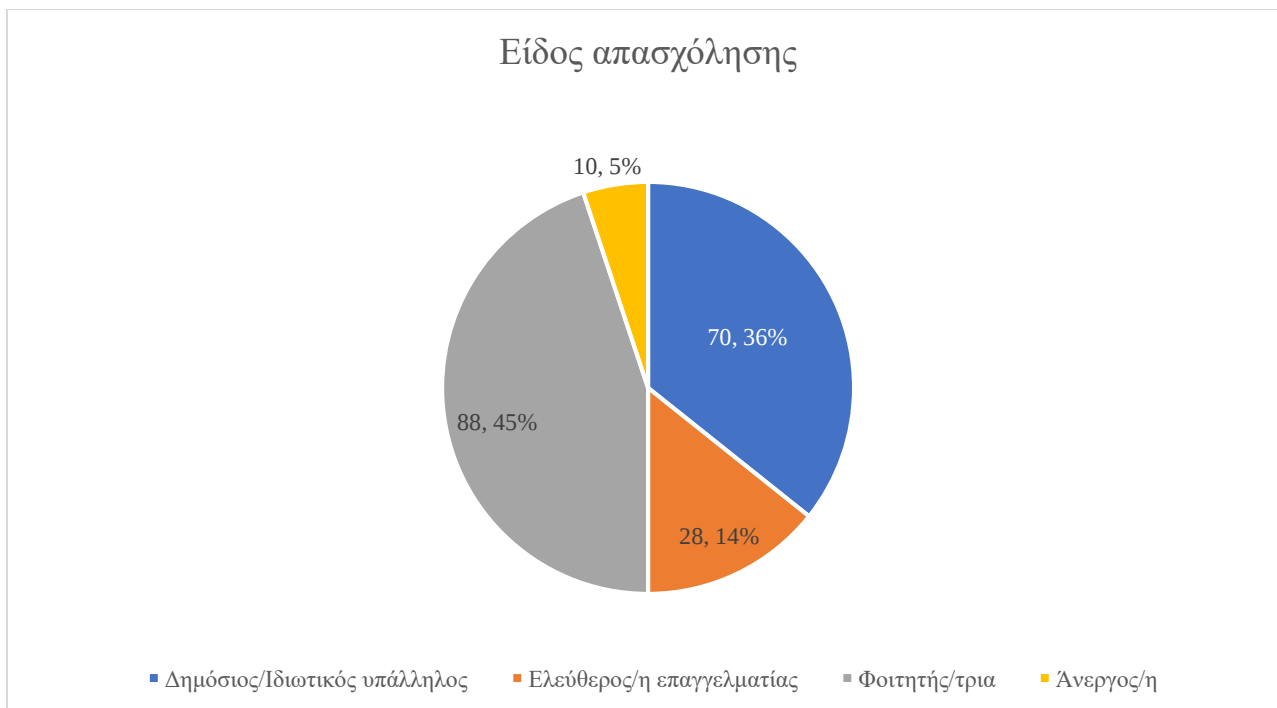
Πίνακας 1.1



Γράφημα 1.1



Γράφημα 1.2



Γράφημα 1.3

Όπως παρατηρείτε από το πρώτο διάγραμμα πιο εύκολη προσέγγιση υπήρξε σε άτομα ηλικίας 18-25 ετών με το μεγαλύτερο ποσοστό στο 54%. Παρόλα αυτά οι επόμενες προσεγγίσιμες ομάδες ήταν οι ηλικίες μεταξύ 36-45 και 46-55 με ποσοστά 15% και 17%. Στα χαμηλά ποσοστά κινήθηκε η ομάδα ηλικίας μεταξύ 26-35 κάτι που δεν ήταν και τόσο αναμενόμενο.

Σχετικά με την εκπαίδευση το κυρίαρχο ποσοστό εκπαίδευσης ήταν η τριτοβάθμια με 135 καταμετρήσεις, καταλαμβάνοντας 69% ποσοστό στην πίτα. Αυτό σημαίνει ότι το δείγμα απευθύνθηκε κυρίως σε άτομα που είχαν τελειώσει κάποιου είδους Ανώτερης ή Ανώτατης εκπαίδευσης, ενώ υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό που έχει κάνει ένα βήμα παραπάνω τελειώνοντας κάποιες μεταπτυχιακές σπουδές. Αν και όχι τόσο μικρό ποσοστό, υπήρχαν ωστόσο και άτομα που έμειναν στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση, αλλά είχαν ανατροφοδότηση και επίγνωση για το θέμα του ερωτηματολογίου.

Τέλος, για το τελευταίο γράφημα των δημογραφικών στοιχείων παρατηρήθηκε, όπως και ήταν αναμενόμενο, μεγάλο δείγμα να είναι φοιτητές με καταγραφή 88 και ποσοστό 45% αλλά και δημόσιοι ή ιδιωτικοί υπάλληλοι με καταγραφή και ποσοστό 70 και 36% αντίστοιχα.

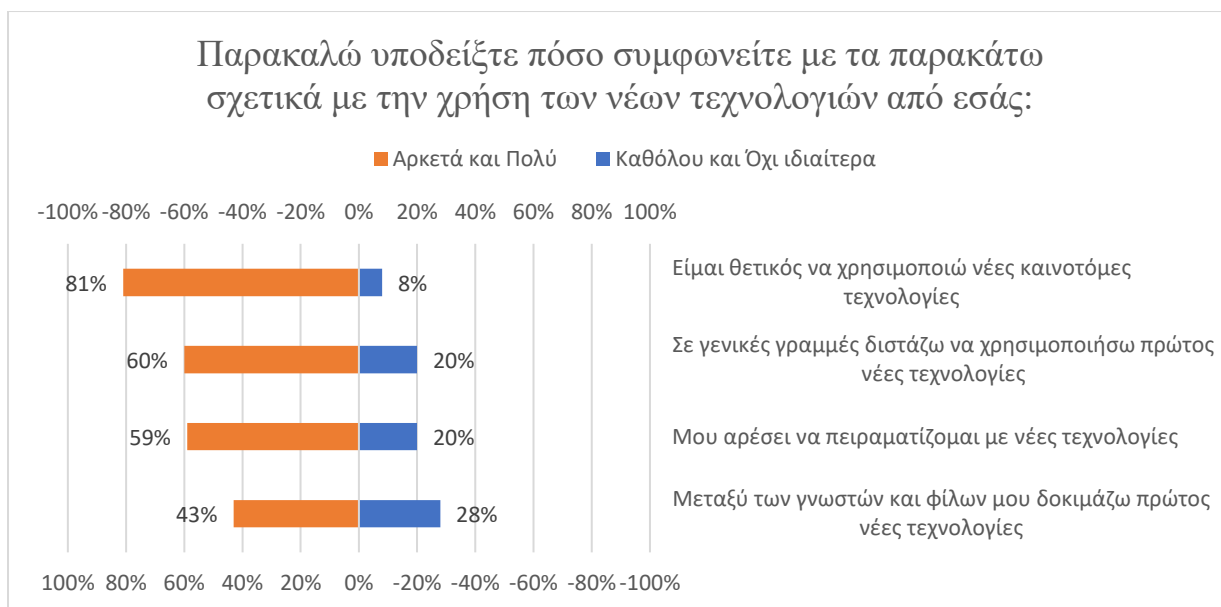
Σεβαστό ποσοστό υπήρξαν και οι ελεύθεροι επαγγελματίες με καταγραφή 28 και ποσοστό 14% ενώ το πιο μικρό από όλα τα ποσοστά ήταν οι άνεργοι με καταγραφή 10 και ποσοστό 10%.

5.2 Στατιστικά αποτελέσματα για e-banking εφαρμογές

ΜΕΡΟΣ Α: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

Στο πλαίσιο της έρευνας που διενεργήθηκε, τα άτομα κλήθηκαν να απαντήσουν για το e-Banking και το e-Payment. Αμφότεροι ήξεραν τους όρους και όσοι βρήκαν δυσκολίες να καταλάβουν μερικές λειτουργίες έγινε επεξήγηση. Οι ερωτήσεις αυτές έγιναν σε συνδυασμό με την βοήθεια του επιβλέπων καθηγητή.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων για μεγαλύτερη ευκολία έγινε με την απεικόνιση διαγραμμάτων και γραφημάτων. Η πρώτη ερώτηση ήταν γενικού περιεχομένου και προσπαθούσε να καταλάβει αν το κοινό είχε επαφή με την τεχνολογία. Η κλίματα της ερώτησης αυτής σχηματίστηκε ως εξής : 1 = καθόλου, 2 = Όχι ιδιαίτερα, 3 = Ίσως, 4 = Αρκετά, 5 = Πολύ. Το κοινό κλήθηκε να απαντήσει για το εάν είναι θετικός να χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες, αν θα δοκίμαζε πρώτος νέες τεχνολογίες, αν θα του άρεσε να πειραματίζεται με νέες τεχνολογίες και τέλος αν διστάζει σε γενικές γραμμές να χρησιμοποιεί πρώτος τεχνολογίες.



Γράφημα 1.4

Στην πρώτη περίπτωση οι περισσότεροι φάνηκαν να μην έχουν θέμα στην χρήση καινοτόμων τεχνολογιών με καταγραφή 160 άτομα να απαντάνε αρκετά ή πολύ. Αυτό μεταφράζεται σε περίπου 81% των συμμετεχόντων. Τα άτομα που δεν είναι θετικά στην χρήση νέων τεχνολογιών είναι 15 με ποσοστό 8%. Τα άτομα που δεν είναι καθόλου θετικά με αυτήν την πρόταση είναι 3.

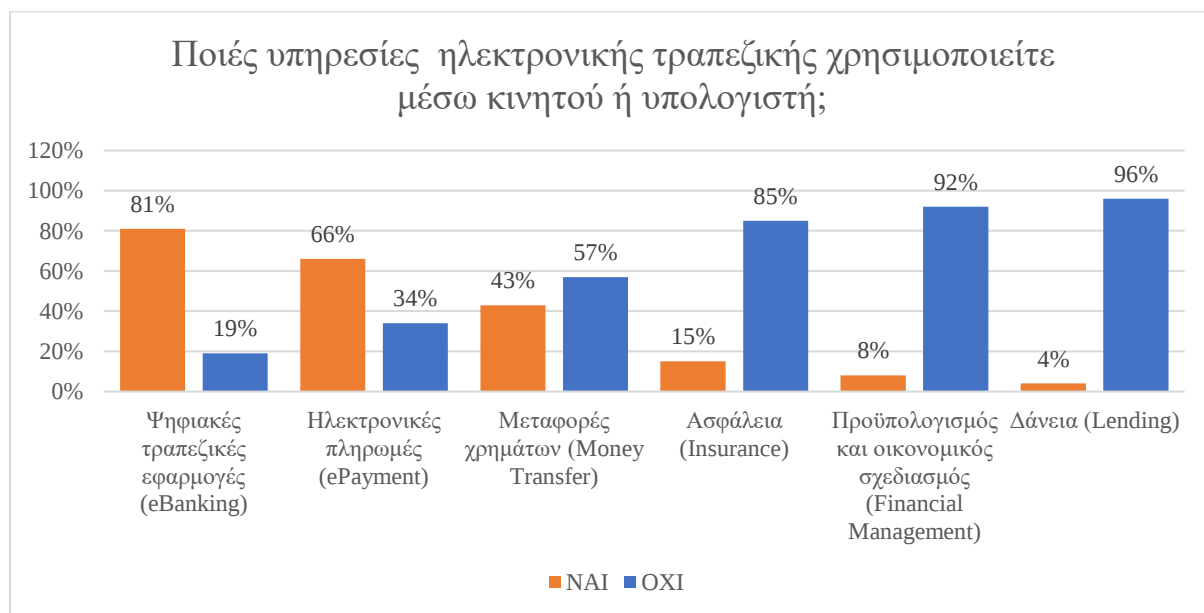
Στην δεύτερη περίπτωση πάλι σε μεγάλο ποσοστό οι ερωτηθέντες απάντησαν είτε πολύ είτε αρκετά για το εάν δοκιμάζουν πρώτοι μεταξύ γνωστών νέες τεχνολογίες με καταγραφή 116 και ποσοστό 43%. Πιο αυξημένο όμως το ποσοστό καθόλου ή όχι ιδιαίτερα με καταγραφή 55 άτομα και ποσοστό 28%. Τα άτομα που απάντησαν καθόλου είναι 10.

Στην τρίτη περίπτωση παρατηρούμε ίδια ποσοστά από τα άτομα που δεν θα πειραματίζονταν με νέες τεχνολογίες όπως και με το δεύτερο γράφημα με καταγραφή 40 και ποσοστό 20%, ωστόσο ανέβηκε το ποσοστό που θα έκανε το ένα βήμα παραπάνω στην δοκιμή νέων τεχνολογιών με καταγραφή 116 και ποσοστό 59%. Τα άτομα που δεν τους αρέσει να πειραματίζονται με νέες τεχνολογίες είναι 3.

Στην τελευταία περίπτωση αυτής της ερώτησης βλέπουμε μεγάλο ποσοστό να αρνείται ότι διστάζει να χρησιμοποιεί τεχνολογίες με καταγραφή 119 και ποσοστό 60% ενώ μια μικρή ομάδα σχεδόν 40 ατόμων με ποσοστό 20% φάνηκε να διστάζουν με τις νέες τεχνολογίες. Τα άτομα που απάντησαν καθόλου είναι 44.

Αυτό που συμπεράνουμε από αυτή την ερώτηση είναι ότι σε μεγάλο βαθμό οι ερωτηθέντες δεν έχουν πρόβλημα να χρησιμοποιούν νέα τεχνολογικά μέσα και γενικώς να πειραματίζονται με την τεχνολογία, πράγμα σημαντικό για την κατανόησή τους όσο αφορά τους χρηματοοικονομικούς κλάδους.

Στην επόμενη ερώτηση προσπάθησε να γίνει κατανοητό σε τι βάθος χρήσης της ηλεκτρονικής τραπεζικής βρίσκονται οι ερωτηθέντες. Δόθηκαν οι επιλογές για ψηφιακές τραπεζικές εφαρμογές (e-Banking), μεταφορές χρημάτων (money transfer), ηλεκτρονικές πληρωμές (e-Payment), προϋπολογισμός και οικονομικός σχεδιασμός (financial management), δάνεια (lending), ασφάλεια (security) ή άλλο.



Γράφημα 1.5

Στο γράφημα 1.5 παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό έχει έρθει σε επαφή με τις ψηφιακές τραπεζικές εφαρμογές με καταγραφή 159 και ποσοστό 81%. Αυτό δείχνει πως το δείγμα ήταν οικείο με την χρήση των τραπεζικών εφαρμογών. Στον χώρο των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών αυτή η υποκατηγορία φαίνεται να έχει αναπτυχθεί αρκετά στην Ελλάδα.

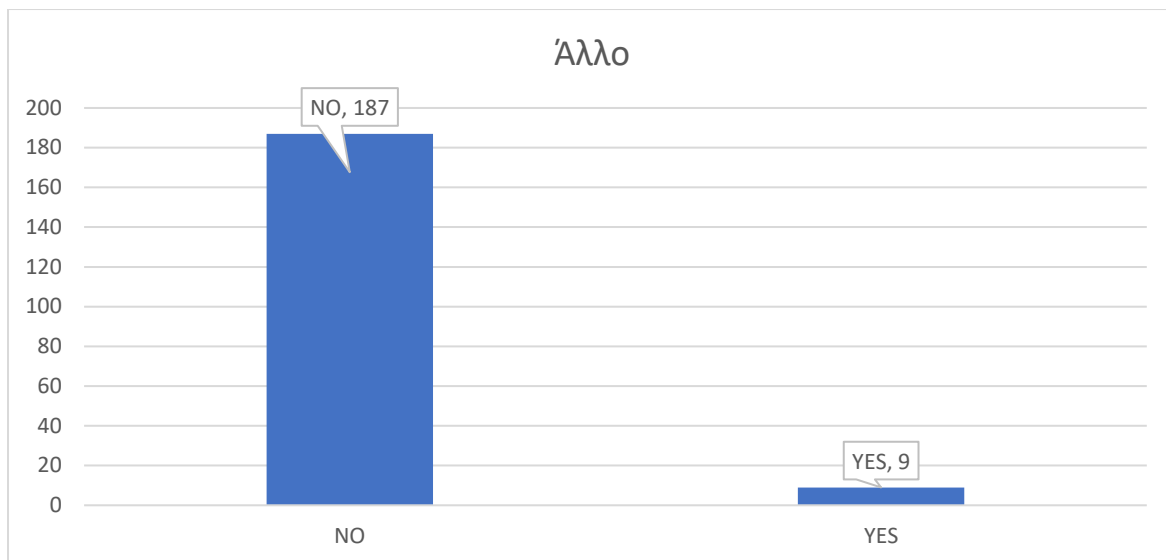
Όσον αφορά την δεύτερη επιλογή τα ποσοστά σχεδόν μοιράστηκαν. Επικράτησε για λίγο το όχι με καταγραφή 112 και ποσοστό 57%. Από την άλλη το ναι ήταν στις 84 καταγραφές και 43%. Η καταγραφή αυτή δείχνει ότι οι μισοί είναι οικείοι με τις μεταφορές χρημάτων, έχοντας προχωρήσει και άλλο τις τραπεζικές συναλλαγές τους.

Στις ηλεκτρονικές πληρωμές το ναι επικράτησε με καταγραφή 130 και ποσοστό 66% δείχνοντας ότι 2 στους 3 Έλληνες κάνουν ηλεκτρονικές πληρωμές. Αναμενόμενο ποσοστό, καθώς τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί αρκετά τα ηλεκτρονικά καταστήματα, όπως και οι επιλογές να πληρώνει κάποιος ηλεκτρονικά σε σχέση με τον παραδοσιακό τρόπο της αντικαταβολής. Το όχι είχε 66 καταγραφή με ποσοστό 34%.

Στην επιλογή του προϋπολογισμού και οικονομικού σχεδιασμού το μεγαλύτερο μέρος απάντησε όχι με καταγραφή 181 και ποσοστό 92% δείχνοντας ότι οι Έλληνες δεν χρησιμοποιούν τεχνολογίες για τα οικονομικά τους. Από την άλλη δε, μια πολύ μικρή μερίδα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα είπαν ναι με καταγραφή 15 και ποσοστό 8% που έχουν οικειοποιηθεί με την χρήση των financial management τεχνολογιών.

Ακόμη πιο μικρό το ποσοστό του ΝΑΙ είναι στο γράφημα 1.5 που αφορά τα δάνεια. Σε αυτό τον τομέα όλο και λιγότεροι ερωτηθέντες εμπιστεύονται τους δανεισμούς μέσω κινητών ή υπολογιστών. Το όχι είχε καταγραφή 189 και ποσοστό 96% ενώ το ναι μόνο 7 και ποσοστό 4%.

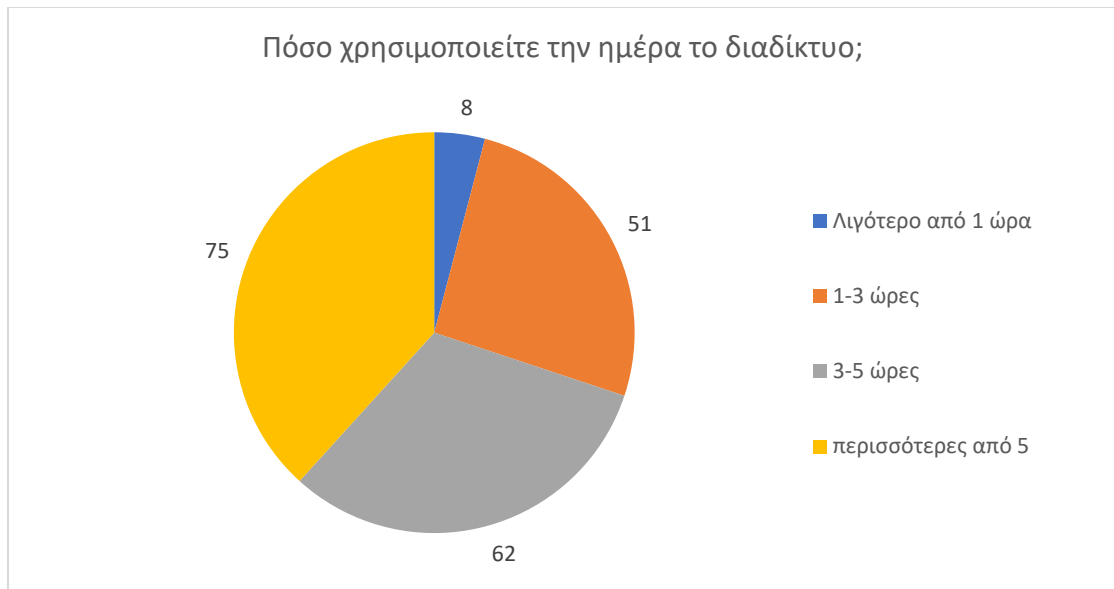
Στο κομμάτι της ασφάλειας οι ερωτηθέντες έδειξαν λίγο μεγαλύτερο ποσοστό όσον αφορά το ναι. Με καταγραφή 29 και ποσοστό περίπου 15% αποδεικνύεται ότι το κοινό που ερωτήθηκε ήθελε να κάνει το ένα βήμα παραπάνω στο κομμάτι της ασφάλειας. Παρόλα αυτά το όχι πάλι ήταν σε μεγάλο ποσοστό με 167 καταγραφή και ποσοστό 85%.



Γράφημα 1.6

Στο τελευταίο γράφημα λίγοι απάντησαν κάτι διαφορετικό από τις επιλογές που υπήρχαν. Στην πραγματικότητα μόνο δύο άτομα απάντησαν. Ο ένας απάντησε Alipay και ο δεύτερος P2P lending investment. Οι υπόλοιπες καταγραφές ήταν είτε όχι με καταγραφή 187 και ποσοστό 95%, είτε στην επιλογή Άλλο, καμία με καταγραφή 7 και ποσοστό 78% από τις ΝΑΙ καταγραφές.

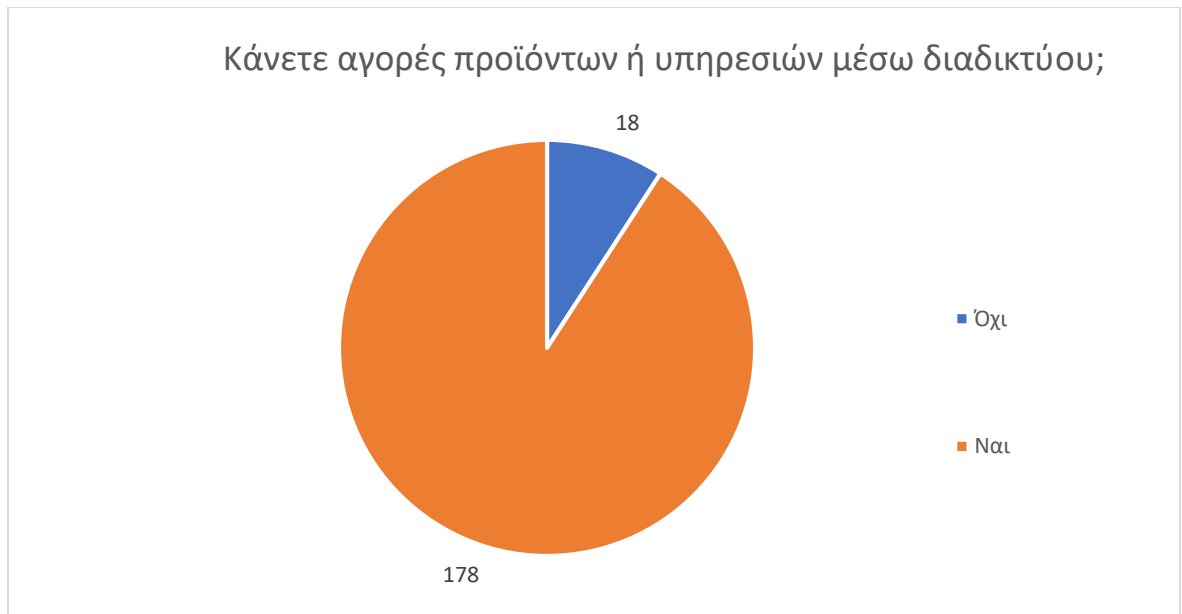
Η επόμενη ερώτηση αφορούσε τον χρόνο που ξόδευε το δείγμα κατά μέσο όρο την ημέρα στο διαδίκτυο. Από την ερώτηση αυτή μπορούμε να καταλάβουμε εάν τα άτομα που ερωτήθηκαν έχουν μεγάλη ή μικρή επικοινωνία με τον ψηφιακό κόσμο, επομένως έχουν κάποια είδους γνώμη και γνώση για το αντικείμενο του e-Banking και e-Payment.



Πίνα 1.1

Φυσικό και επόμενο το μικρότερο ποσοστό να το καταλαμβάνει η απάντηση “λιγότερο από μία ώρα” με μόλις 8 καταγραφή. Οι υπόλοιπες απαντήσεις διαμοιράστηκαν και στις τρεις επιλογές που είχαν μείνει. Η επόμενη απάντηση ήταν με 51 καταγραφές η “1-3 ώρες”, δεύτερη με 62 καταγραφές η “3-5 ώρες” και τελευταία με την μεγαλύτερη καταγραφή η απάντηση “περισσότερες από 5 ώρες”. Από αυτή την ερώτηση συμπεραίνουμε πως το δείγμα δεν απέχει από τον ψηφιακό κόσμο και έχει έρθει σε επαφή με το αντικείμενο που ερωτήθηκε.

Η επόμενη στην σειρά ερώτηση πριν ξεκινήσουν οι κατηγορίες του e-Banking και e-Payment αφορά τις ηλεκτρονικές αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου.



Πίτα 1.2

Μεγάλο ποσοστό απαντήσεων καλύφθηκε από το “ναι” με καταγραφή 178 και ποσοστό 90%. Αρκετοί, εκτός από ένα 10% του δείγματος, φάνηκε να έχουμε κάνει κάποια ηλεκτρονική αγορά ή να έχουν χρησιμοποιήσει κάποια υπηρεσία ψηφιακά κάνοντάς τους έμπειρους με συναλλαγές στο διαδίκτυο. Το “όχι” απάντησαν μόνο 18 άτομα.

Στην συνέχεια ακολούθησε η πρώτη ομάδα ερωτήσεων της υποκατηγορίας των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών, e-banking. Ο λόγος που έγινε αυτός ο διαχωρισμός ήταν για την χαρτογράφηση του Έλληνα πολίτη σε σχέση με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Η επιλογή αυτού του τομέα έγινε επειδή τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει προσπάθειες από τις τράπεζες να προχωρήσουν με την τεχνολογία και να φτιάξουν εφαρμογές που θα απλοποιήσουν μερικές καταστάσεις για τους πελάτες της.

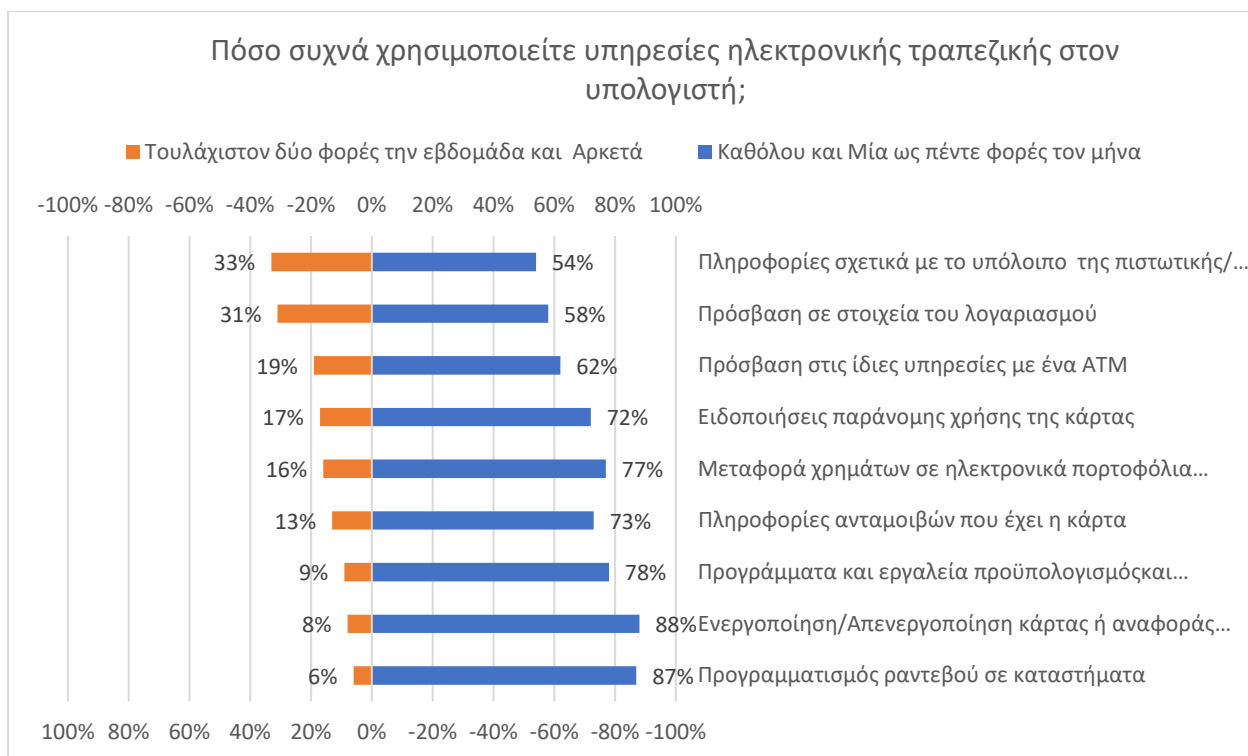
Η πρώτη ερώτηση αυτού του μέρους ήταν εισαγωγική, ώστε να γίνει κατανοητό σε τι βαθμό γίνεται η χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής.



Πίνα 1.3

Από το δείγμα που απάντησε τις ερωτήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε “ναι”. Συνολικά με 162 απαντήσεις κατείχε το 82% των συνολικών απαντήσεων. Συμπερασματικά, 4 στους 5 χρησιμοποιούν εφαρμογές που έχουν σχέση με την ηλεκτρονική τραπεζική. Το “όχι” απάντησαν 34 άτομα καταλαμβάνοντας το υπόλοιπο 18%. Επομένως, το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος έχει κάνει χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών εφαρμογών.

Στην επόμενη ερώτηση τοποθετήθηκε κλίμακα. Η κλίμακα αυτή είναι “ 1 = Καθόλου”, “ 2 = Μία ως πέντε φορές τον μήνα”, “ 3 = Μία φορά την εβδομάδα”, “ 4 = Τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα”, “ 5 = Αρκετά”. Τα αποτελέσματα αναλύθηκαν σε bi charts διαγράμματα. Οι απαντήσεις που αφορούσαν τις πρώτες δύο κλίμακες, δηλαδή 1 και 2 υπολογίστηκαν σαν ένα, ενώ οι υπόλοιπες που αφορούσαν τις δύο τελευταίες κλίμακες, δηλαδή 4 και 5 συνοψίστηκαν μαζί. Η πρώτη ερώτηση αφορούσε τις υπηρεσίες της ηλεκτρονική τραπεζική στον υπολογιστή.



Διάγραμμα 1.1

Στην χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής για να έχουν πρόσβαση σε στοιχεία λογαριασμού οι περισσότεροι την χρησιμοποιούν αδρά. Το μεγαλύτερο ποσοστό δεν ελέγχει τα στοιχεία του λογαριασμού του μέσω των τραπεζικών εφαρμογών στον υπολογιστή. Η καταγραφή αυτών ήταν 115 και ποσοστό 58%, Λίγοι ήταν αυτοί που ελέγχουν μέσω υπολογιστή τα στοιχεία τους με καταγραφή 62 και ποσοστό 31%.

Στην χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής για τον οικονομικό τους σχεδιασμό η πλειοψηφία απάντησε πως δεν χρησιμοποιεί ιδιαίτερα τον υπολογιστή. Η καταγραφή αυτών ήταν καθόλου ή μια φορά τον μήνα και με καταγραφή 153 που μεταφράζεται σε 78% καταλαμβάνει και το μεγαλύτερο ποσοστό στο διάγραμμα. Τα άτομα που κάνουν χρήση προγραμμάτων και εργαλείων για προϋπολογισμό και διαχείριση οικονομικών ήταν 19, με ποσοστό 9%.

Στην επόμενη περίπτωση, πάλι δεν υπάρχει γενική χρήση του υπολογιστή για να μάθουν πληροφορίες ανταμοιβών που μπορεί να έχει η κάρτα των καταναλωτών. Η καταγραφή 145 δηλώνει ότι, ούτε αυτή την πληροφορία την αντλούν μέσω του υπολογιστή. Ελάχιστοι, με

καταγραφή 26 προσπαθούν να μάθουν μέσω των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής εάν στην κάρτα τους παρέχεται κάποια ανταμοιβή.

Παρακάτω, στην χρήση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω υπολογιστή για να έχουν πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες με ένα ΑΤΜ βλέπουμε να υπερέχει η κλίμακα καθόλου ή μια φορά τον μήνα. Πολύ μικρή άνοδος στην άλλη περίπτωση, στην οποία όλο και περισσότεροι διαλέγουν να χρησιμοποιήσουν τις ίδιες υπηρεσίες που έχει ένα ΑΤΜ, από τον υπολογιστή τους. Η καταγραφή στην πρώτη περίπτωση είναι 123 με ποσοστό 62%, ενώ η καταγραφή των ατόμων που χρησιμοποιούν αυτές τις υπηρεσίες είναι 38 με ποσοστό 19%.

Όσον αφορά τις πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο της πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας παρατηρούμε πως αρκετοί απάντησαν τουλάχιστον δυο φορές την εβδομάδα ή αρκετά σε μεγαλύτερο βαθμό. Η καταγραφή τους είναι 65 και αγγίζουν το 33%. Δηλαδή από το δείγμα που ερωτήθηκε το 1/3 χρησιμοποιεί αυτή την υπηρεσία. Η πλειοψηφία πάλι προτιμά να μην το κάνει ή να το κάνει σπάνια με καταγραφή 106 και ποσοστό 54%.

Για τις ειδοποιήσεις παράνομης χρήσης της κάρτας, παρόλο που αφορά την προστασία της κάρτας, παρατηρούμε μικρό ποσοστό να χρησιμοποιεί αυτή την υπηρεσία. Για την ακρίβεια μόνο 33 άτομα απάντησαν ότι την χρησιμοποιούν αρκετά με ποσοστό σχεδόν 17%. Από την άλλη δε, αρκετοί αδιαφορούν ή την χρησιμοποιούν μία φορά τον μήνα την υπηρεσία για να σιγουρευτούν ότι δεν τους έχει κλέψει κανείς. Η καταγραφή των τελευταίων είναι 142 και πιάνουν το 72% του δείγματος.

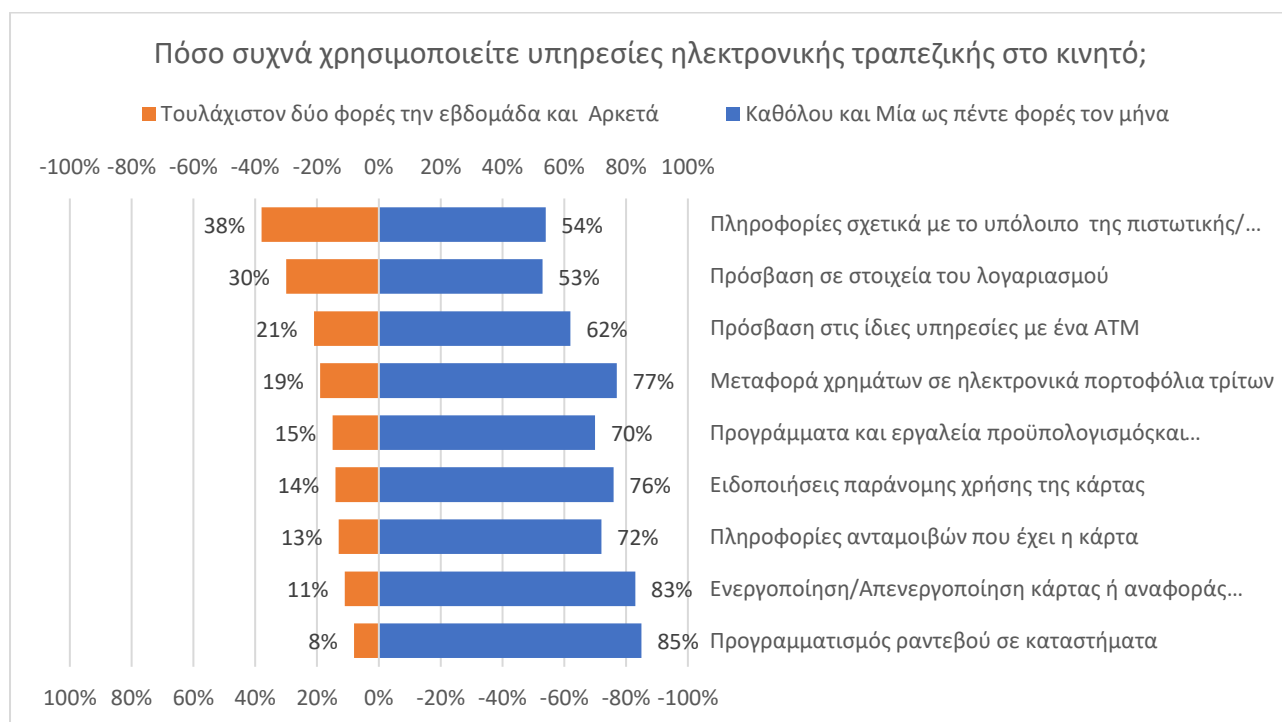
Στην περίπτωση της μεταφοράς χρημάτων σε ηλεκτρονικά πορτοφόλια τρίτων τα αποτελέσματα έδειξαν πως οι περισσότεροι δεν το κάνουν ή το κάνουν μια φορά τον μήνα δείχνοντας να μην εμπιστεύονται την υπηρεσία αυτή τόσο πολύ. Συγκεκριμένα, η καταγραφή τους είναι 151 έναντι των χρηστών που χρησιμοποιούν αυτή την υπηρεσία και είναι 32.

Με τα προγραμματισμένα ραντεβού δεν είναι ακόμα οικείοι αρκετοί καθώς οι περισσότεροι πάλι δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή. Με καταγραφή 170 και ποσοστό 87% οι περισσότεροι είπαν ότι δεν χρησιμοποιούν ή χρησιμοποιούν μία φορά τον μήνα αυτή την υπηρεσία. Από την άλλη δε, μόλις 12 άτομα από το δείγμα κάνουν χρήση αυτής της υπηρεσίας μέσω υπολογιστή.

Την υπηρεσία ενεργοποίησης/απενεργοποίησης κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας κάνουν χρήση μόνο 16 άτομα έχοντας 8% του ποσοστού, ενώ οι περισσότεροι και εδώ

είπαν πως δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία ή την χρησιμοποιούν σπάνια με καταγραφή 172 και ποσοστό 88%.

Στην συνέχεια έγινε η ίδια ερώτηση με την διαφορά όμως ότι όλες υπηρεσίες παρέχονται στο κινητό. Ουσιαστικά θα παρατηρήσουμε κατά πόσο αλλάζουν τα ποσοστά όταν μιλάμε για το κινητό, το οποίο ο μέσος Έλληνας το χρησιμοποιεί καθημερινώς και σε μεγάλο βαθμό.



Διάγραμμα 1.2

Στο πρώτο διάγραμμα της ερώτησης παρατηρούμε ότι το ποσοστό ατόμων που χρησιμοποιούν την υπηρεσία για να έχουν πρόσβαση σε προσωπικά στοιχεία του λογαριασμού είναι τα ίδια σχεδόν με αυτά που χρησιμοποιούν την ίδια υπηρεσία στον υπολογιστή. Αυτό που αλλάζει είναι στα άτομα που δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή καθώς είναι λιγότερα. Συγκεκριμένα τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν ή χρησιμοποιούν μια φορά τον μήνα την υπηρεσία έχουν καταγραφή 105 με ποσοστό 53%, ενώ τα άτομα που κάνουν πιο συχνή την χρήση της εφαρμογής αυτής έχουν καταγραφή 60 με ποσοστό 30%.

Στην δεύτερη περίπτωση της ερώτησης αυτής παρατηρούμε τα άτομα που χρησιμοποιούν την υπηρεσία για την διαχείριση των οικονομικών τους να έχουν αυξηθεί. Συγκεκριμένα, έχουν καταγραφή 29 πιάνοντας το 15% του ποσοστού των ατόμων που απάντησαν την ερώτηση αυτή. Μειωμένο είναι και το ποσοστό ατόμων που δεν χρησιμοποιούν σχεδόν καθόλου την υπηρεσία αυτή με καταγραφή 137 και ποσοστό 70%.

Στην τρίτη υπηρεσία που αφορά τις πληροφορίες ανταμοιβών που έχει η κάρτα τα ποσοστά είναι ίδια τόσο στην χρήση της υπηρεσίας μέσω υπολογιστή όσο και μέσω κινητού. Συγκεκριμένα, τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία συχνά έχουν καταγραφή 141 και ποσοστό 72%, σε αντίθεση με τα άτομα που χρησιμοποιούν αρκετά συχνά την υπηρεσία αυτή που έχουν καταγραφή 27 και ποσοστό 13%.

Στην υπηρεσία που έχει σχέση με την πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες με ένα ΑΤΜ τα ποσοστά στα άτομα που απάντησαν στην κλίμακα “μια φορά την εβδομάδα” ή “τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα” παραμένουν τα ίδια με καταγραφή 42 και ποσοστό 21%. Τα άτομα, όμως, που απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν τόσο συχνά έως καθόλου την υπηρεσία αυτή λιγόστεψαν στα 122 με ποσοστό 62%.

Στην υπηρεσία που φορά τις πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο της πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας το ποσοστό του δείγματος που απάντησε να χρησιμοποιεί αρκετά συχνά την υπηρεσία αυτή είναι αυξημένο. Λεπτομερειακά, τα άτομα που την χρησιμοποιούν έχουν καταγραφή 75 και ποσοστό 38%. Από την άλλη δε, τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή κινήθηκαν στα ίδια ποσοστά με καταγραφή 107 και ποσοστό 54%.

Στην υπηρεσία των ειδοποιήσεων παράνομης χρήσης της κάρτας τα ποσοστά κυμάνθηκαν το ίδιο. Οι καταγραφές που αφορούσαν την μηδενική έως μια φορά τον μήνα χρήση της υπηρεσίας ήταν 149 με ποσοστό 76%, ενώ τα άτομα που απάντησαν ότι μέσω κινητού χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή αρκετά συχνά είναι 28 με ποσοστό 14%.

Στην υπηρεσία μεταφορά χρημάτων σε ηλεκτρονικά πορτοφόλια τρίτων τα ποσοστά ήταν σχεδόν τα ίδια με αυτά που παρέχεται αυτή η υπηρεσία και μέσω του υπολογιστή. Για την ακρίβεια τα άτομα που απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν ή ότι χρησιμοποιούν μια φορά τον μήνα την υπηρεσία αυτή μέσω κινητού ήταν 151, όσα και αυτά που δεν την χρησιμοποιούν μέσω υπολογιστή και φτάνουν στο ποσοστό του 77%. Τα άτομα που χρησιμοποιούν συχνά την υπηρεσία αυτή έχουν καταγραφή 37 και ποσοστό 19%.

Σε αυτό το διάγραμμα τα ποσοστά στην ερώτηση για το κινητό κινήθηκαν το ίδιο με αυτά του υπολογιστή. Στα άτομα που χρησιμοποιούν συχνά την υπηρεσία αυτή η καταγραφή ήταν 168 και ποσοστό 85%, ενώ τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν τόσο συχνά την υπηρεσία αυτή έως καθόλου ήταν 16 με ποσοστό 8%.

Στην τελευταία περίπτωση αυτής της ερώτησης, η υπηρεσία ενεργοποίηση/απενεργοποίηση κάρτας ή αναφορά απώλειας της κάρτας η καταγραφή του δείγματος που δεν χρησιμοποιεί καθόλου ή μια φορά τον μήνα την υπηρεσία αυτή είναι 164 και ποσοστό 83%, ενώ τα άτομα που χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή μέσω κινητών ήταν 23 με ποσοστό 11%.

Από τα αποτελέσματα που σημειώθηκαν παρατηρούμε εν τέλει πως αρκετές υπηρεσίες είναι σε πρώιμα στάδια ακόμα όσον αφορά την χρήση τους από το δείγμα. Παρόλα αυτά πολύ βασικές υπηρεσίες χρησιμοποιούνται αρκετά, όπως η πρόσβαση σε προσωπικά στοιχεία, πράγμα που σημαίνει ότι έχουν κάνει την αρχή για να χρησιμοποιούν αυτές τις υπηρεσίες. Επίσης παρατηρούμε ότι έστω και για λίγο αρκετές υπηρεσίες τις χρησιμοποιούν περισσότερο μέσω κινητού. Αυτό δηλώνει πως λόγω της μεγάλης χρήσης του κινητού σε συνδυασμό με τις πολλές ώρες που ξοδεύουν στο διαδίκτυο μπορούν να ενημερωθούν εύκολα μέσω από εκεί. Ταυτόχρονα, μαζί με την ενημέρωση, βρίσκουν μεγαλύτερη ευκολία να χρησιμοποιούν το κινητό τους για μερικές από αυτές τις υπηρεσίες όπως τον προϋπολογισμό και διαχείριση των οικονομικών τους.

Στην επόμενη ερώτηση μπορούμε να καταλάβουμε ακόμη περισσότερο τις επιλογές των χρηστών στις προηγούμενες δύο ερωτήσεις, καθώς κλήθηκαν να απαντήσουν ποιες από τις υπηρεσίες θεωρούν σημαντικές. Το μοτίβο είναι το ίδιο, έχοντας συνοψίσει από την κλίμακα τις δύο τελευταίες και δύο πρώτες επιλογές μαζί και αφήνοντας το ουδέτερο έξω από τα διαγράμματα. Οι κλίμακες για αυτήν την ερώτηση είναι : 1 = Καθόλου σημαντικές, 2 = Λίγο σημαντικές, 3 = Ουδέτερο, 4 = Αρκετά σημαντικές, 5 = Πολύ σημαντικές. Η ερώτηση σχετίζεται με το αν θεωρούν τις ακόλουθες δυνατότητες των εφαρμογών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού σημαντικές.



Διάγραμμα 1.3

Η υπηρεσία πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού έχει πολλές καταγραφές που θεωρούν αρκετά έως πολύ σημαντική την υπηρεσία αυτή. Από την χρήση της υπηρεσίας αυτής καταλαβαίνουμε γιατί το θεωρούν σημαντικό αυτό καθώς αποτελεί μια βασική υπηρεσία για να ξεκινήσουν να χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές εφαρμογές οι Έλληνες. Η καταγραφή που απάντησαν αρκετά ή πολύ σημαντικές είναι 166 με ποσοστό 85% και αυτοί που απάντησαν καθόλου έως λίγο 19 με ποσοστό 9%.

Στην υπηρεσία που σχετίζεται με τα προγράμματα και εργαλεία προϋπολογισμών και διαχείρισης οικονομικών μεγάλη καταγραφή είχε πάλι η απάντηση αρκετά έως πολύ σημαντικό με 95 και ποσοστό 48%. Από την άλλη πλευρά, όσοι δεν την θεωρούν τόσο σημαντική είχαν καταγραφή 52 με 26%. Από αυτό παρατηρούμε ότι και αυτή η υπηρεσία κρίνεται αναγκαία από τους περισσότερους. Σε συνδυασμό πάλι με την χρήση της μπορούμε να καταλάβουμε και γιατί. Αρκετοί πλέον Έλληνες κοιτάνε τα οικονομικά τους μέσω των ψηφιακών τραπεζικών εφαρμογών ελέγχοντας πόσα έχουν ξοδέψει, τότε τα έχουν ξοδέψει και σε τι τα έχουν ξοδέψει.

Στο επόμενο διάγραμμα παρατηρούμε την θέληση του δείγματος να μαθαίνουν για τις ανταμοιβές που μπορεί να έχει η κάρτα τους με καταγραφή 113 και ποσοστό 57%. Αν και, στην υπηρεσία που παρέχονται οι πληροφορίες ανταμοιβών που έχει η κάρτα, δεν φάνηκε να χρησιμοποιείται τόσο πολύ ούτε μέσω υπολογιστή ούτε μέσω κινητού. Τα άτομα που δεν θεωρούν την υπηρεσία αυτή σημαντική ανέρχονται 37 με ποσοστό 19%.

Στο επόμενο διάγραμμα βλέπουμε πάλι την διαφορά που υπάρχει στις προτιμήσεις του δείγματος. Με καταγραφή 135 και ποσοστό 69%, η πλειοψηφία του δείγματος θεωρεί σημαντικό την υπηρεσία “πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες με ένα ΑΤΜ”. Με καταγραφή 34 και ποσοστό 17% μια μικρή μερίδα του δείγματος θεώρησε πως δεν είναι σημαντική η υπηρεσία αυτή. Από το διάγραμμα αυτό συμπεραίνουμε πως οι περισσότεροι θα ήθελαν να έχουν στο κινητό τους τις ίδιες υπηρεσίες με αυτές που θα είχαν αν έβαζαν την κάρτα τους σε ένα ΑΤΜ.

Σε ένα ακόμη διάγραμμα το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος θεώρησε σημαντικό να παρέχεται η υπηρεσία που σχετίζεται με τις πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο της πιστωτικής/χρεωστικής κάρτας με καταγραφή 165 και ποσοστό 84%, ενώ η καταγραφή του δείγματος που πιστεύει ότι δεν είναι αναγκαία είναι μόλις 18 με ποσοστό 9%. Γίνεται αντιληπτό πως οι περισσότεροι θέλουν να έχουν τις πληροφορίες της κάρτας τους μέσω των τραπεζικών εφαρμογών του κινητού.

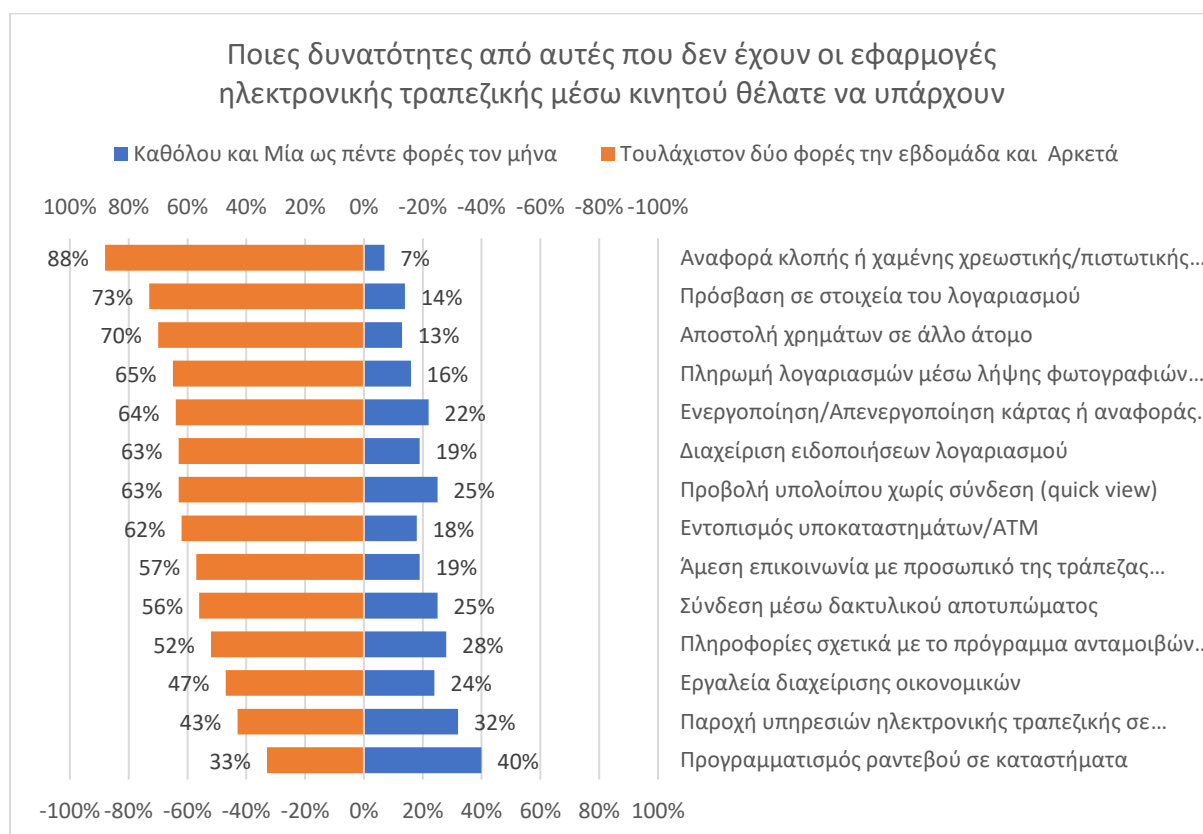
Στο επόμενο διάγραμμα παρατηρούμε την μεγαλύτερη καταγραφή να την έχουν οι απαντήσεις αρκετά και πολύ σημαντικές με 163 και ποσοστό 83%. Από αυτό καταλαβαίνουμε πως οι περισσότεροι θεωρούν σημαντικό να υπάρχει αυτή η υπηρεσία στις τραπεζικές εφαρμογές στα κινητά. Ελάχιστοι πιστεύουν πως δεν είναι σημαντική υπηρεσία με καταγραφή 19 και ποσοστό 9%.

Μεγάλη καταγραφή παρουσιάζεται και στην επόμενη υπηρεσία από τα άτομα που θεωρούν σημαντική την υπηρεσία να υπάρχει. Με καταγραφή 133 και ποσοστό 68% παρατηρούμε ότι το δείγμα θεωρεί σημαντικό να υπάρχει αυτή η υπηρεσία παρόλο που δεν χρησιμοποιείται τόσο συχνά. Από την άλλη, τα άτομα που δεν θεωρούν ότι έχει αξία αυτή η υπηρεσία είναι 25 με ποσοστό 13%.

Στο επόμενο διάγραμμα παρατηρούμε ότι το δείγμα έδειξε μικτό ενδιαφέρον. Οι απαντήσεις χωρίστηκαν στην μέση με τα άτομα που θεωρούν να είναι σημαντική η υπηρεσία προγραμματισμός ραντεβού σε καταστήματα να φτάνουν τα 67 με ποσοστό 34%, ενώ τα άτομα δεν θεωρούν την υπηρεσία τόσο σημαντική να είναι περισσότερα με καταγραφή 74 και ποσοστό 38%.

Στην τελευταία υπηρεσία της ερώτησης, η ενεργοποίηση/απενεργοποίηση κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας θεωρήθηκε σημαντική από την μεγαλύτερη μερίδα του δείγματος. Η καταγραφή τους φτάνει τους 143 με ποσοστό 73%. Λίγα είναι πάλι τα άτομα που δεν θεωρούν την υπηρεσία σημαντική να υπάρχει μέσω κινητού με καταγραφή 31 και ποσοστό 15%.

Στην επόμενη ερώτηση του ερωτηματολογίου το δείγμα κλήθηκε να απαντήσει, είτε χρησιμοποιούν τραπεζικές εφαρμογές είτε όχι, ποιες υπηρεσίες θα ήθελαν ή κρίνουν πως είναι αναγκαίο να υπάρχουν, ενώ δεν υπάρχουν στις τραπεζικές εφαρμογές μέσω κινητού. Οι απαντήσεις κατηγοριοποιήθηκαν όπως οι προηγούμενες ερωτήσεις καθώς πρόκειται για απαντήσεις με κλίμακα. Η κλίμακα ήταν η εξής: 1 = "Δεν με ενδιαφέρει", 2 = "Με ενδιαφέρει λίγο", 3 = "Ουδέτερο", 4 = "Με ενδιαφέρει αρκετά", 5 = "Με ενδιαφέρει πολύ".



Διάγραμμα 1.4

Μεγάλο ποσοστό θα ήθελε να είχε την υπηρεσία ενεργοποίησης/απενεργοποίησης κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας στην εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού με καταγραφή 128 και ποσοστό 64%. Τα άτομα που δήλωσαν ότι δεν τους ενδιαφέρει καθόλου έως λίγο ήταν 44 με ποσοστό 22%. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι περισσότεροι θα ήθελαν αυτή την υπηρεσία να υπάρχει, ώστε να είναι σε ετοιμότητα ό,τι και αν συμβεί.

Όπως και στην προηγούμενη υπηρεσία, έτσι και σε αυτήν η πλειοψηφία ζήτησε να υπάρχει δακτυλικό αποτύπωμα κατά την διάρκεια της σύνδεσης στην εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής. Τα άτομα που το έκαναν αυτό φτάνουν τα 110 με ποσοστό 56%, ενώ τα άτομα που τους φάνηκε αδιάφορη αυτή η υπηρεσία ήταν 50 με ποσοστό 25%.

Όσον αφορά την υπηρεσία για την ενημέρωση των ανταμοιβών που έχει η κάρτα του χρήστη, το μεγαλύτερο ποσοστό πάλι συμφώνησε πως θέλει να υπάρχει αυτή η δυνατότητα με καταγραφή 102 και ποσοστό 52%. Τα άτομα που τους φάνηκε περιττή αυτή η υπηρεσία ανέρχονται στα 56 με ποσοστό 28%.

Σε αυτό το διάγραμμα που αφορά την προβολή υπολοίπου χωρίς σύνδεση (quick view), η μεγαλύτερη μερίδα ατόμων απάντησε πως θα τους ενδιέφερε να έχει αυτή την υπηρεσία με 123 απαντήσεις και ποσοστό 63%. Με καταγραφή 50 και ποσοστό 25% ήταν τα άτομα που δεν τους ενδιέφερε τόσο πολύ έως καθόλου.

Μεγάλη διαφορά παρουσιάστηκε στην υπηρεσία αναφορά κλοπής ή χαμένης χρεωστικής/πιστωτικής κάρτας με τους περισσότερους σε μεγάλο ποσοστό (173 καταγραφή και 88% ποσοστό) να θεωρούν ότι αυτή η υπηρεσία είναι κομβική σε κάθε εφαρμογή ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού. Ελάχιστοι και μάλιστα 14 με ποσοστό 7% θεώρησαν ότι αυτή η υπηρεσία δεν είναι αναγκαία.

Στο επόμενο διάγραμμα φαίνονται τα πράγματα πιο ισορροπημένα, καθώς μοιράστηκαν τα ποσοστά για το εάν η παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής χρειάζεται να γίνεται σε smartwatch. Τα άτομα που εκδήλωσαν ενδιαφέρον ήταν 85 με ποσοστό 43%, ενώ τα άτομα που αδιαφόρησαν 64 με ποσοστό 32%.

Στην επόμενη υπηρεσία το μεγαλύτερο ποσοστό ήταν από τα άτομα που τους ενδιέφερε αυτή η υπηρεσία να υπάρχει στην εφαρμογή του κινητού. Η καταγραφή τους είναι 137 με ποσοστό 70%, ενώ τα άτομα που απάντησαν ότι δεν τους ενδιαφέρει είναι 26 με ποσοστό 13%.

Από τα ποσοστά συμπεραίνουμε ότι η μεγαλύτερη μερίδα ατόμων προτιμάει να συμπεριλαμβάνεται αυτή η υπηρεσία μαζί με τις άλλες.

Στην άμεση υποστήριξη και εξυπηρέτηση, το δείγμα φάνηκε θετικό, καθώς οι περισσότεροι ενδιαφέρονται να υπάρχει και αυτή η υπηρεσία. Η καταγραφή τους φτάνει τους 113 με ποσοστό 57%, ενώ τα άτομα που έδειξαν να μην τους αγγίζει αυτή η υπηρεσία ήταν 37 με ποσοστό 19%.

Σε μια ευέλικτη υπηρεσία, αυτή της πληρωμής λογαριασμών μέσω λήψης φωτογραφιών του barcode των λογαριασμών, οι ερωτηθέντες δείξαν αρκετό ενδιαφέρον με καταγραφή 127 και ποσοστό 65%. Μικρότερο ποσοστό είχε η απάντηση καθόλου έως λίγο ενδιαφέρον από το δείγμα με καταγραφή 32 και ποσοστό 16%.

Στην υπηρεσία που παρέχει εργαλεία διαχείρισης οικονομικών το ενδιαφέρον μειώθηκε από τους περισσότερους. Πάλι υπερτερεί σε σχέση με τα άτομα που δεν θέλουν ιδιαίτερα την υπηρεσία αυτή με καταγραφή 93 και ποσοστό 47%, ενώ τα οι υπόλοιποι έχουν καταγραφή 48 και 24%.

Το μοναδικό διάγραμμα στο οποίο οι περισσότεροι δεν ήθελαν την κάποια υπηρεσία βρισκόταν σε αυτή την περίπτωση. Ο προγραμματισμός ραντεβού σε καταστήματα είχε το μικρότερο ενδιαφέρον από το δείγμα με μόλις καταγραφή 65 ατόμων και ποσοστό 33%. Από την άλλη οι περισσότεροι έδειξαν μηδενική θέληση της υπηρεσίας αυτής στις εφαρμογές ηλεκτρονικών τραπεζικών με καταγραφή 78 και ποσοστό 40%.

Στην επόμενη υπηρεσία εκδηλώθηκε μεγάλο ενδιαφέρον επίσης, με καταγραφή 123 και ποσοστό 63% η μεγαλύτερη μερίδα του δείγματος θέλει να υπάρχει και αυτή η υπηρεσία στην εφαρμογή της ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω του κινητού τους. Τα άτομα που δεν δήλωσαν ενδιαφέρον είναι 38 με ποσοστό 19%.

Σημαντική, αν και γεωγραφική, η επόμενη υπηρεσία που σχετίζεται με τον εντοπισμό υποκαταστημάτων/ΑΤΜ. Η πλειοψηφία θέλει να υπάρχει αυτή η υπηρεσία καθώς αρκετές φορές δυσκολεύεται να βρει κάποιο υποκατάστημα ή ΑΤΜ για να εξυπηρετηθεί. Η καταγραφή των ατόμων που θέλουν αυτή την εφαρμογή είναι 122 με ποσοστό 62% και τα άτομα που δεν την κρίνουν αναγκαία για να την θέλουν 35 με ποσοστό 18%.

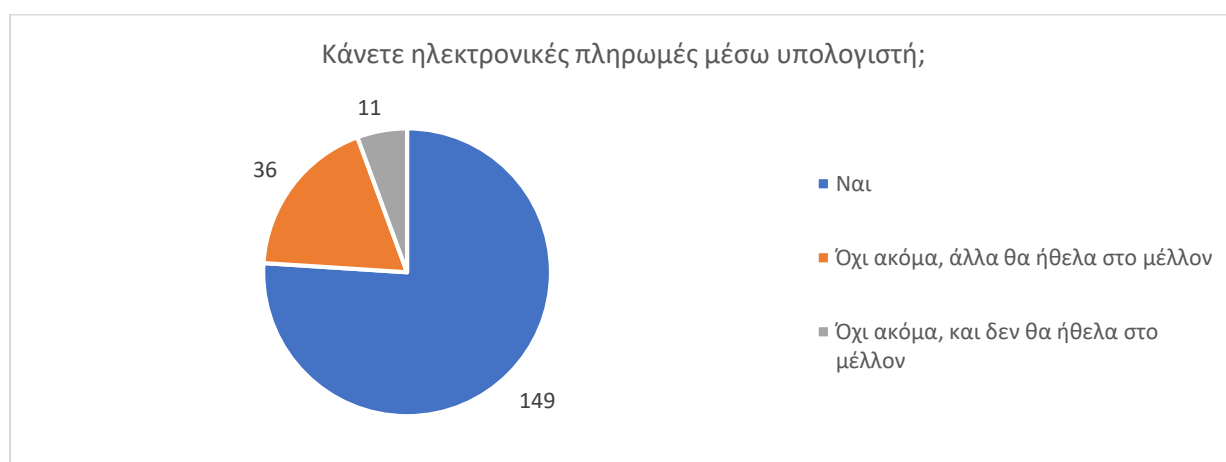
Τελευταία υπηρεσία που ρωτήθηκε το δείγμα για το αν θα ήθελε να την έχει είναι η πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού. Φυσικά οι περισσότεροι απάντησαν θετικά και με καταγραφή 143 που μεταφράζεται σε 73% ποσοστό δείχνουν ότι αυτή η υπηρεσία είναι η πιο ζητούμενη από όλες. Λίγα άτομα απάντησαν ότι δεν την θέλουν με καταγραφή 28 και ποσοστό 14%.

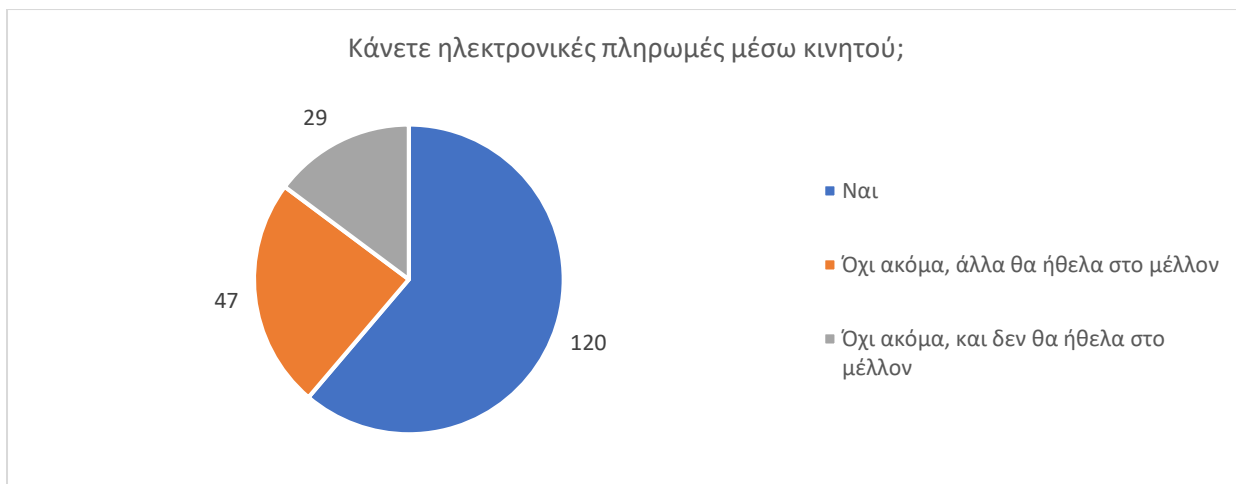
5.3 Στατιστικά αποτελέσματα για e-payment εφαρμογές

ΜΕΡΟΣ Β: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, έγιναν ερωτήσεις για τις ηλεκτρονικές πληρωμές. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές είναι ένας κλάδος των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών που έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα. Με την είσοδο νέων τρόπων πληρωμών αλλά και επέκταση των τραπεζικών τρόπων πληρωμών, οι ηλεκτρονικές πληρωμές έχουν κάνει για τα καλά την είσοδό τους στον ελληνικό χώρο.

Οι πρώτες δύο ερωτήσεις του δεύτερου μέρους είναι για να καταλάβουμε κατά πόσο κάνει ηλεκτρονικές πληρωμές το δείγμα μας.



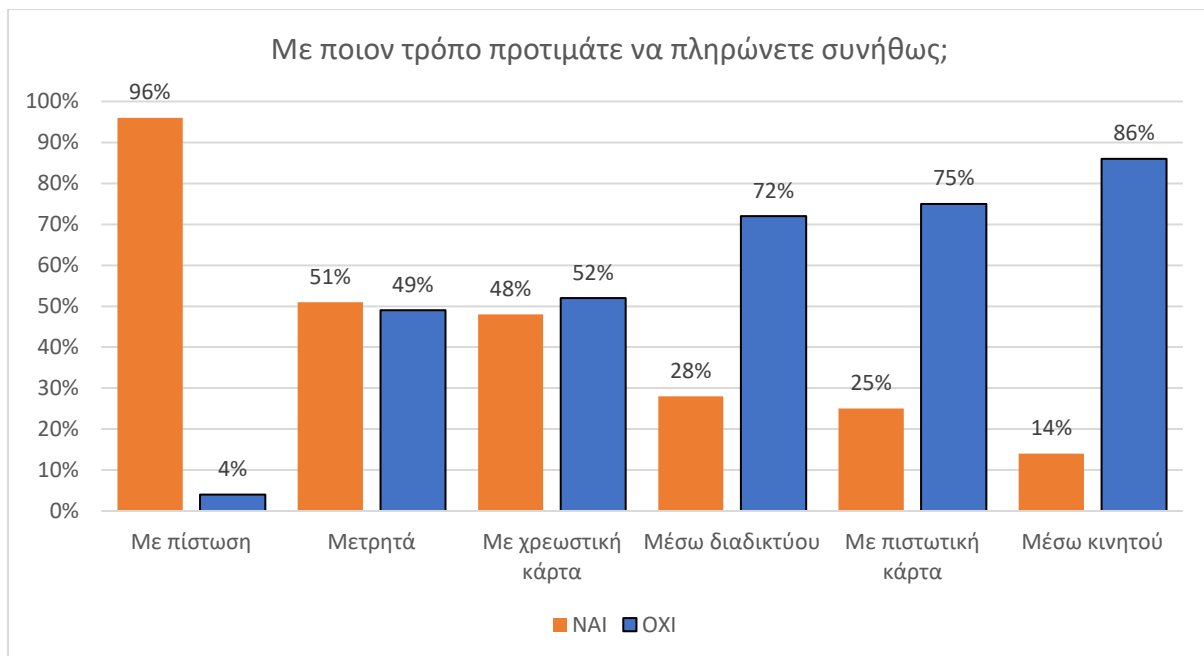


Πίτα 1.4 και 1.5

Στην πρώτη πίτα παρατηρούμε το μεγαλύτερο ποσοστό να έχει κάνει πληρωμές μέσω υπολογιστή με καταγραφή 149 και ποσοστό 76%. Επομένως το δείγμα μας είναι αρκετά οικείο με τις ηλεκτρονικές πληρωμές. Πάραυτα ένα μεγάλο ποσοστό είχαν και τα άτομα που δεν έχουν κάνει ακόμα ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω υπολογιστές αλλά θα ήθελε να κάνει με καταγραφή 36 και ποσοστό 18%. Το πιο μικρό ποσοστό κατέλαβε η ομάδα ατόμων που δεν έχει κάνει τέτοιες αγορές αλλά δεν θέλει κιόλας να κάνει με καταγραφή 11 και ποσοστό 5%.

Στην δεύτερη πίτα έχουμε την ίδια ερώτηση αλλά για τα κινητά. Τα ποσοστά μοιάζουν αρκετά με μικρές διαφορές όμως. Τα άτομα που απάντησαν ναι είναι 120 με ποσοστό 61%, ενώ τα άτομα που δεν έχουν κάνει ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού και θα ήθελαν είναι 47 με ποσοστό 24%. Ελαφρώς αυξημένη η καταγραφή από τα άτομα που δεν έχουν κάνει πληρωμές μέσω κινητών και δεν θα ήθελα να κάνουν στο μέλλον.

Στην επόμενη ερώτηση το δείγμα ρωτήθηκε για τον τρόπο που προτιμάει να πληρώνει συνήθως ηλεκτρονικά. Οι επιλογές που του δόθηκε ήταν : με μετρητά, με πίστωση, μέσω διαδικτύου, με πιστωτική κάρτα, με χρεωστική κάρτα, μέσω κινητού.



Διάγραμμα 1.5

Με μετρητά παρατηρούμε να προτιμάει να πληρώνει το μισό ποσοστό του δείγματος όποτε κάνει ηλεκτρονικές αγορές με καταγραφή 100 και ποσοστό 51%, ενώ οι υπόλοιπες καταγραφές, στον αριθμό 96 με ποσοστό 49% είπαν όχι.

Ελάχιστοι άνθρωποι από το δείγμα επιλέγουν να πληρώνουν με πίστωση. Για την ακρίβεια ο αριθμός είναι 8 με ποσοστό 4%. Οι περισσότεροι απάντησαν πως δεν προτιμούν αυτή την μέθοδο να πληρώνουν με καταγραφή 188 και ποσοστό 96%.

Σε πλειοψηφία ήταν και σε αυτή την απάντηση το όχι από το δείγμα. Οι περισσότεροι δεν προτιμούν να πληρώνουν μέσω διαδικτύου. Συγκεκριμένα 141 άτομα με ποσοστό 72% είπαν όχι και από την άλλη 55 άτομα με ποσοστό 28% είπαν ναι.

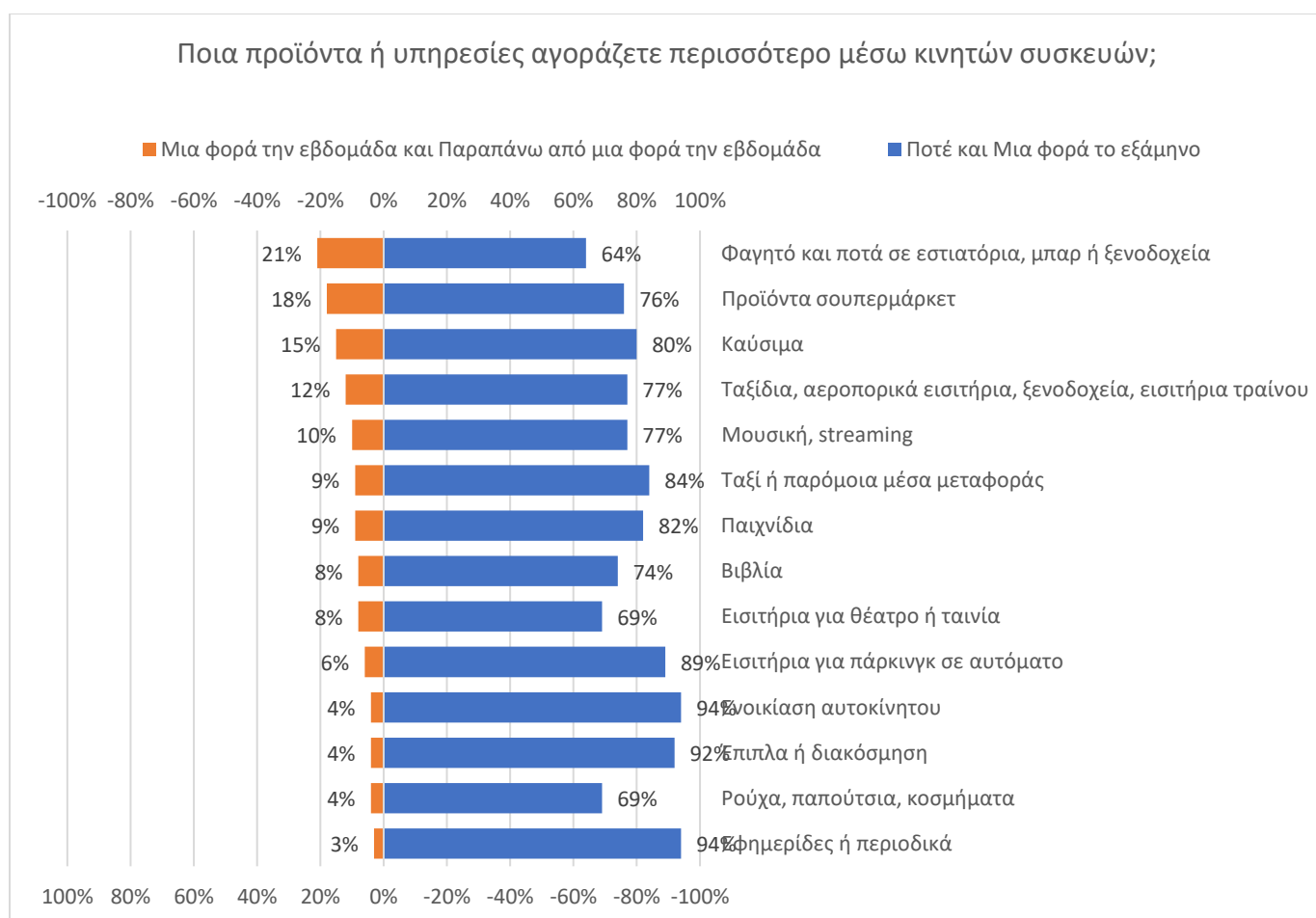
Στην περίπτωση της πιστωτικής κάρτας το ποσοστό των ατόμων που είπαν πως πληρώνουν με αυτό τον τρόπο είναι στο 25% με καταγραφή 49. Τα άτομα που δεν δήλωσαν ότι προτιμούν να πληρώνουν με αυτό τον τρόπο είναι 147 με ποσοστό 75%.

Όπως και στην περίπτωση με τα μετρητά, έτσι και στην περίπτωση της χρεωστικής κάρτας, μεγάλο μέρος του δείγματος προτιμάει να πληρώνει με αυτόν τον τρόπο. Αναλυτικά,

η καταγραφή των ατόμων που προτιμάει να πληρώνει έτσι φτάνει στα 94 με ποσοστό 48%, ενώ των ατόμων που επέλεξαν πως δεν πληρώνουν κατά αυτό τον τρόπο 102 με ποσοστό 52%.

Τέλος, μέσω κινητού, λίγοι επιλέγουν να πληρώνουν έτσι τις ηλεκτρονικές τους αγορές με καταγραφή 28 και ποσοστό 14%, ενώ οι περισσότεροι έδειξαν αντίθετη γνώμη με καταγραφή 168 και ποσοστό 86%.

Στην επόμενη ερώτηση ρωτήθηκαν για τα προϊόντα που προτιμούν να αγοράζουν και σε τι βαθμό συχνότητα στο διαδίκτυο μέσω κινητών. Οι απαντήσεις είναι κλιμακωτές και να αριθμούνται ανάλογα. Συγκεκριμένα είναι : 1 = Ποτέ, 2 = Μια φορά το εξάμηνο, 3 = Μια φορά τον μήνα, 4 = Μια φορά την εβδομάδα, 5 = Παραπάνω από μια φορά την εβδομάδα.



Διάγραμμα 1.6

Στην κατηγορία ρούχα, παπούτσια, κοσμήματα οι πλειοψηφία απάντησε πως τα αγοράζει μέσω κινητού είτε ποτέ είτε μια φορά το εξάμηνο. Για την ακρίβεια η καταγραφή τους είναι 136 με ποσοστό 69%, ενώ τα άτομα που τα αγοράζουν πιο συχνά τα αντικείμενα αυτά ανέρχονται στα 9 με ποσοστό 4%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 52.

Μεγάλο εμφανίζεται να είναι το ποσοστό των ατόμων που αγοράζουν συχνά πράγματα μέσω κινητού όσον αφορά προϊόντα σουπερμάρκετ. Το ποσοστό ανεβαίνει στα 18%. Το μεγαλύτερο όμως μέρος του δείγματος απάντησε ότι δεν το κάνει ποτέ ή το κάνει μια φορά το εξάμηνο με καταγραφή 149 και ποσοστό 76%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 134.

Σε μια ακόμη κατηγορία το ποσοστό των ατόμων που αγοράζουν συχνά την υπηρεσία ή τα προϊόντα τους μέσω κινητού εμφανίζεται σχετικά ψηλά. Με καταγραφή 29 και ποσοστό 15% ήταν τα άτομα που αγοράζουν καύσιμα μέσω κινητού. Ωστόσο την μεγαλύτερη μερίδα την είχαν οι απαντήσεις ποτέ ή μια φορά το εξάμηνο με καταγραφή 157 και ποσοστό 80%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 148.

Στην συχνότερη υπηρεσία ή προϊόντα που εμφανίζεται να αγοράζει το δείγμα η καταγραφή ανέρχεται στα 42 με ποσοστό 21% και είναι η φαγητό και ποτά σε εστιατόρια, μπαρ ή ξενοδοχεία. Φαίνεται να είναι η υπηρεσία στην οποία οι περισσότεροι χρησιμοποιούν το κινητό τους για να πληρώσουν. Η καταγραφή από τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν σπάνια ή καθόλου την υπηρεσία αυτή είναι 125 με ποσοστό 64%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 97.

Μικρή προτίμηση στην αγορά βιβλίων υπήρξε από το δείγμα καθώς μόνο 16 άτομα με ποσοστό 8% αγοράζει βιβλία μια φορά ή παραπάνω την εβδομάδα. Οι περισσότεροι, με καταγραφή 145 και ποσοστό 74%, δεν αγοράζουν βιβλία μέσω του κινητού τους ή αγοράζουν μια φορά το εξάμηνο. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 80.

Στην κατηγορία εισιτήρια για θέατρο ή ταινία πολύ μικρό ποσοστό φάνηκε να αγοράζει αυτή την υπηρεσία με καταγραφή 17 και ποσοστό 8%. Το μεγαλύτερο κομμάτι της έρευνας απάντησε πως δεν αγοράζει ιδιαίτερα αυτή την υπηρεσία με καταγραφή 137 και ποσοστό 69%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 74.

Στην περίπτωση των ταξιδιών, αεροπορικών εισιτηρίων, ξενοδοχείων, εισιτηρίων τραίνου το μεγαλύτερο κομμάτι του δείγματος απάντησε πως δεν κάνει συχνά τέτοιες αγορές μέσω κινητού με καταγραφή 152 και ποσοστό 77%, ενώ τα άτομα που αγοράζουν αρκετά συχνά αυτά τα προϊόντα είναι 23 με ποσοστό 12%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 57.

Στην υπηρεσία μουσική ή streaming το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε πως δεν αγοράζει αυτή την υπηρεσία ή την αγοράζει μια φορά το εξάμηνο με ποσοστό 77% και καταγραφή 152, ενώ λίγα άτομα πάλι αγοράζουν συχνά προϊόντα ή υπηρεσίες που σχετίζονται με μουσική ή streaming με ποσοστό 10% και καταγραφή 20. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 115.

Στην επόμενη περίπτωση το ποσοστό των ατόμων που αγοράζει εισιτήρια σε πάρκινγκ σε αυτόματο εμφανίζεται να είναι ακόμη πιο μικρό με καταγραφή 13 και ποσοστό 6%, ενώ το υπόλοιπο δείγμα απάντησε ότι δεν αγοράζει σχεδόν ποτέ αυτή την υπηρεσία με καταγραφή 174 και ποσοστό 89%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 157.

Στην κατηγορία των παιχνιδιών το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος δεν έδειξε ενδιαφέρον στην αγορά του και με καταγραφή 161 και ποσοστό 82% είχε πάλι την πλειοψηφία του δείγματος. Ελάχιστοι και συγκεκριμένα 16 με ποσοστό 9% αγοράζουν παιχνίδια μια ή περισσότερες φορές την εβδομάδα. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 122.

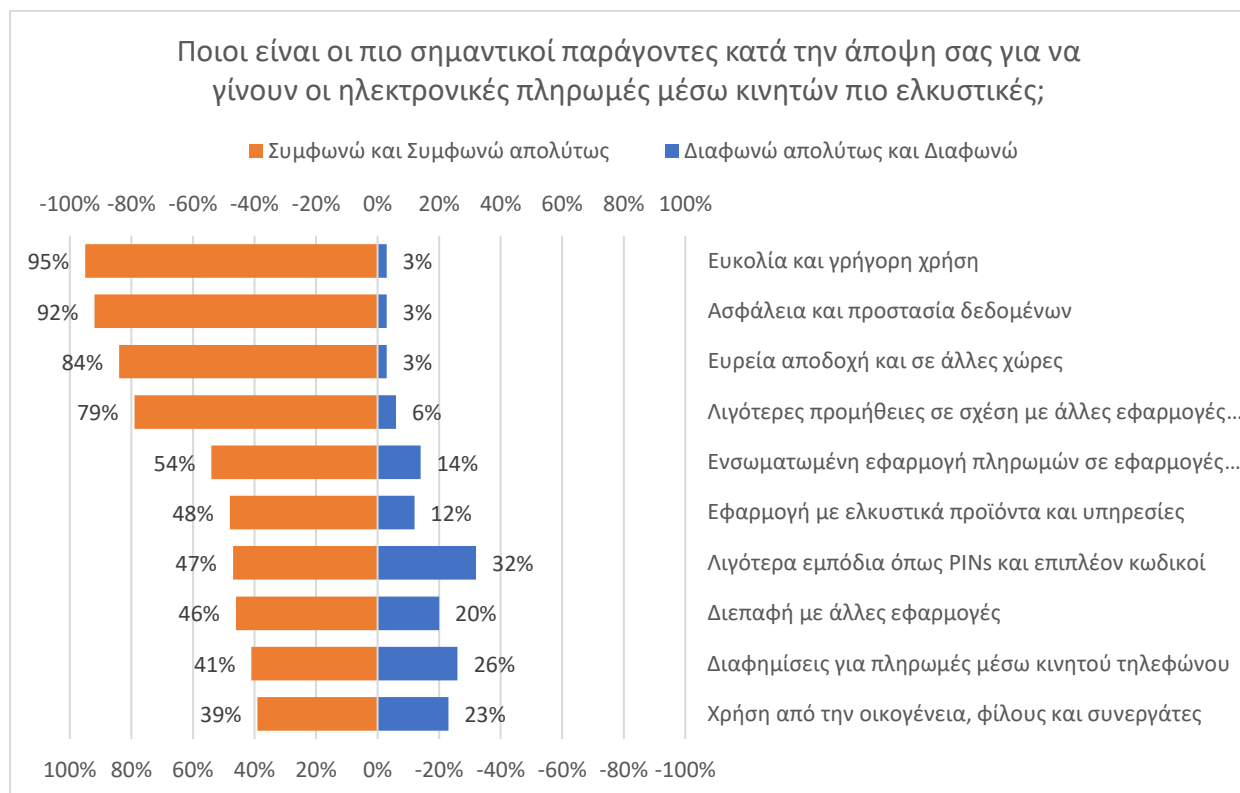
Ίδια κυμάνθηκαν και τα ποσοστά στην κατηγορία με ταξί ή παρόμοια μέσα μεταφοράς με τα περισσότερα άτομα να μην αγοράζουν την υπηρεσία αυτή με καταγραφή 165 και ποσοστό 84%, ενώ το ποσοστό των ατόμων που την χρησιμοποιεί παρέμεινε το ίδιο με καταγραφή 16 και ποσοστό 9%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 149.

Μηδενική σχεδόν καταγραφή είχε η υπηρεσία ενοικίαση αυτοκινήτων μέσω κινητών με μόλις 8 άτομα καταγραφή και ποσοστό 4%. Τα περισσότερα άτομα απάντησαν ότι δεν χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή ή αν το κάνουν θα την χρησιμοποιήσουν μια φορά το εξάμηνο με καταγραφή 185 και ποσοστό 94%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 165.

Το μικρότερο ποσοστό εμφανίζεται στην κατηγορία εφημερίδες ή περιοδικά στην οποία μόλις 6 άτομα απάντησαν ότι αγοράζουν εβδομαδιαίως με ποσοστό 3%. Από αυτό συμπεραίνουμε πως αυτή η υπηρεσία έχει μικρό αντίκτυπο μέσω κινητών. Οι περισσότεροι με καταγραφή 184 και ποσοστό 94% απάντησαν ότι δεν αγοράζουν την υπηρεσία ή τα προϊόντα της υπηρεσίας αυτής σχεδόν ποτέ. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 173.

Στην κατηγορία έπιπλα ή διακόσμηση το δείγμα έδειξε να μην έχει ενδιαφέρον για αυτήν την υπηρεσία με καταγραφή 180 ατόμων να μην αγοράζουν την υπηρεσία αυτή ή αν το κάνουν να το κάνουν μια φορά το εξάμηνο με ποσοστό 92%. Από την άλλη, μόνο 9 άτομα αγοράζουν συχνά αυτήν την υπηρεσία με ποσοστό 4%. Τα άτομα που απάντησαν ποτέ είναι 128.

Στην επόμενη ερώτηση γίνεται μια προσπάθεια, ώστε να παρατηρήσουμε ποιοι παράγοντες οφείλονται στο χαμηλό ποσοστό αγορών μέσω κινητού και πως θα μπορούσε αυτό πιθανόν να αυξηθεί. Οι απαντήσεις και εδώ είναι κλιμακωτές και είναι : 1 = Διαφωνώ απολύτως, 2 = Διαφωνώ, 3 = Ουδέτερο, 4 = Συμφωνώ, 5 = Συμφωνώ απολύτως.



Διάγραμμα 1.7

Όπως είναι αναμενόμενο η ασφάλεια και η προστασία δεδομένων είναι καθοριστικός παράγοντας στην αγορά μέσω κινητών. Οι περισσότεροι συμφωνούν με καταγραφή 181 και ποσοστό 92%, ενώ τα άτομα που δεν συλλογίζονται την ασφάλεια και προστασία δεδομένων ως παράγοντα για να γίνουν πιο ελκυστικές οι πληρωμές μέσω κινητών είναι 7 με ποσοστό 3%.

Σημαντικός παράγοντας για τις πληρωμές μέσω κινητών είναι και οι λιγότερες προμήθειες σε σχέση με άλλες εφαρμογές πληρωμών. Δηλαδή το να γίνεται η πληρωμή χωρίς να υπάρχει παραπάνω χρέωση. Η καταγραφή έδειξε πως ο παράγοντας αυτός είναι ελκυστικός

για το δείγμα με καταγραφή 155 άτομα και ποσοστό 79%. Τα άτομα που δεν θεώρησαν πως είναι τόσο ελκυστικός ο παράγοντας αυτός είναι 13 με ποσοστό 6%.

Στον παράγοντα της ευκολίας και γρήγορης χρήσης οι περισσότεροι είναι θετικοί πιστεύοντας πως και αυτός ο παράγοντας θα παίζει ρόλο στην απλοποίηση των αγορών μέσω κινητών. Η καταγραφή των ατόμων που πιστεύουν ότι αυτός είναι σημαντικός παράγοντας φτάνει τους 187 με ποσοστό 95%, ενώ τα άτομα που έχουν αντίθετη γνώμη είναι 7 με ποσοστό 3%.

Σημαντικός παράγοντας που παίζει ρόλο στο να γίνει η πληρωμή μέσω κινητών πιο ελκυστική είναι και η ευρεία αποδοχή και σε άλλες χώρες, δηλαδή να μπορεί ο κάθε χρήστης να χρησιμοποιεί τον τρόπο πληρωμής και σε άλλες χώρες. Οι περισσότεροι συμφώνησαν με καταγραφή 166 και ποσοστό 84%, ενώ τα άτομα που πιστεύουν ότι δεν θα αλλάξει ο παράγοντας αυτός το ενδιαφέρον των χρηστών για πληρωμή μέσω κινητών είναι 7 με ποσοστό 3%.

Ένας ακόμη παράγοντας που μπορεί να κάνει τις πληρωμές μέσω κινητών πιο ελκυστικές είναι τα λιγότερα εμπόδια όπως PINs και επιπλέον κωδικοί. Η επιλογή μιας λύσης πιο εύκολης για πληρωμή ενός προϊόντος μέσω κινητού αντί την πληκτρολόγηση του PIN ή κάποιου άλλου τρόπου εισόδου φάνηκε να διαμοιράζεται στις επιλογές του δείγματος. Με καταγραφή 93 και ποσοστό 47% έδειξε μερίδα του δείγματος πως η αλλαγή αυτή θα κάνει την διαφορά, ωστόσο ένα μεγάλο ποσοστό με 32% και καταγραφή 63 δεν πιστεύει ότι θα άλλαζε κάτι.

Σημαντικός παράγοντας είναι και η εφαρμογή με ελκυστικά προϊόντα και υπηρεσίες, καθώς έτσι θα κινήσουν το ενδιαφέρον των χρηστών περισσότερο. Την πλειοψηφία του δείγματος την κατείχαν οι απαντήσεις που έδειχναν ότι ο παράγοντας αυτός είναι ενδιαφέρον με καταγραφή 95 και ποσοστό 48%. Παρόλα αυτά κάποιοι θεώρησαν πως αυτό δεν θα άλλαζε κάτι με καταγραφή 25 και ποσοστό 12%.

Πιο μικρά ποσοστά συμφωνίας έδειξαν στην χρήση από την οικογένεια, φίλους και συνεργάτες από τα άτομα που συμφωνούν ότι είναι σημαντικός αυτός ο παράγοντας με καταγραφή 77 και ποσοστό 39%. Τα άτομα που πιστεύουν ότι αυτός ο παράγοντας δεν είναι τόσο σημαντικός ανέρχονται στα 46 με ποσοστό 23%.

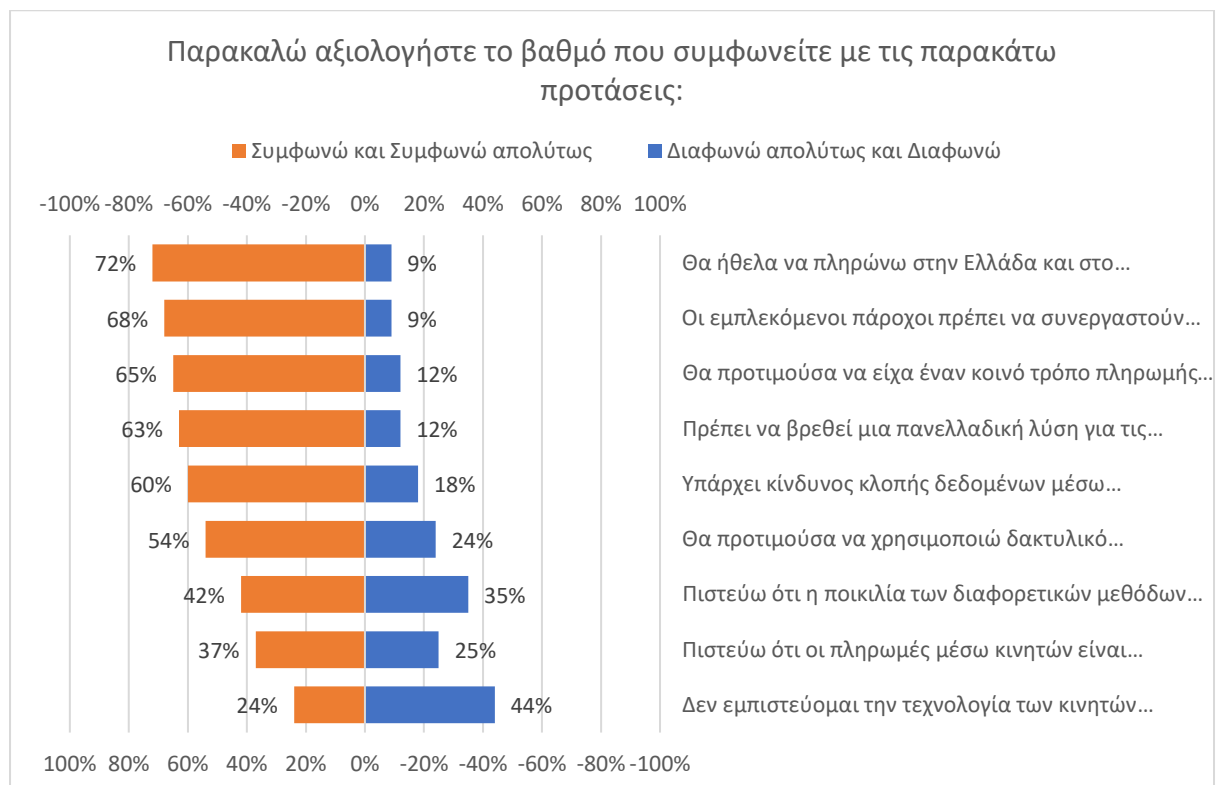
Ο επόμενος παράγοντας θα έκανε την ζωή των χρηστών πιο εύκολη καθώς ενώ θα χρησιμοποιούσαν μια εφαρμογή θα μπορούσαν να πληρώσουν μέσω αυτής πιο εύκολα αν

υπήρχε μια ενσωματωμένη εφαρμογή πληρωμών μέσα σε αυτήν. Με αυτόν τον τρόπο τα κινητά θα είχαν γίνει πιο χρήσιμα στην πληρωμή προϊόντων και υπηρεσιών. Τα άτομα που θεωρούν τον παράγοντα αυτό σημαντικό είναι 107 με ποσοστό 54%, ενώ τα άτομα που πιστεύουν το αντίθετο φτάνουν τα 28 με ποσοστό 14%.

Για τον παράγοντα διεπαφή με άλλες εφαρμογές το μεγαλύτερο ποσοστό συμφωνεί πως είναι σημαντικός παράγοντας για να γίνουν οι πληρωμές μέσω κινητών πιο ελκυστικές με καταγραφή 90 και ποσοστό 46%. Τα άτομα που είχαν αντίθετη άποψη είναι 39 με ποσοστό 20% και πιστεύουν ότι αυτός ο παράγοντας δεν είναι τόσο σημαντικός.

Ο παράγοντας διαφημίσεις για πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου φάνηκε να είναι ο λιγότερο σημαντικός σύμφωνα με τα ποσοστά του δείγματος. Για την ακρίβεια το 41% με καταγραφή 81 πιστεύει ότι ο παράγοντας αυτός δεν θα βοηθήσει τις πληρωμές μέσω κινητών να γίνουν πιο ελκυστικές. Ένα πιο μικρό ποσοστό στα 26% με καταγραφή 51 πιστεύει πως και αυτός ο παράγοντας θα κάνει την διαφορά στις ηλεκτρονικές πληρωμές.

Στην επόμενη ερώτηση το δείγμα κλήθηκε να αξιολογήσει μια σειρά προτάσεων που σχετίζονται με τις πληρωμές μέσω του κινητού. Οι απαντήσεις που υπήρχαν σαν επιλογή είναι ίδιες με την προηγούμενη ερώτηση.



Διάγραμμα 1.8

Στην πρόταση αυτή ουσιαστικά τονίζεται πόσο σημαντικό είναι να υπάρχει μια κοινή λύση για τις πληρωμές μέσω κινητών τηλεφώνων από τους εμπλεκόμενους παρόχους. Η πλειοψηφία του δείγματος συμφώνησε αρκετά με καταγραφή 133 και ποσοστό 68%, ενώ τα άτομα που δεν το θεώρησαν αυτό τόσο σημαντικό είναι μόλις 19 με ποσοστό 9%.

Ανάμεικτες ήταν οι απόψεις στη δυσκολία που υπάρχει κατά την διάρκεια της πληρωμής μέσω κινητών λόγω των ποικίλων μεθόδων πληρωμών. Τα άτομα που συμφώνησαν αρκετά ανέρχονται στα 82 με ποσοστό 42%, ενώ τα άτομα που διαφώνησαν είναι 68 με ποσοστό 35%.

Ίδια ποσοστά με την πρώτη πρόταση εμφανίζονται και σε αυτή την περίπτωση με την μεγαλύτερη μερίδα του δείγματος να συμφωνεί πως πρέπει να βρεθεί μια πανελλαδική λύση για τις πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου στην Ελλάδα. Η καταγραφή των ατόμων αυτών είναι 124 με ποσοστό 63%, ενώ τα άτομα που δεν συμφώνησαν πολύ είναι 23 με ποσοστό 12%.

Στην επόμενη πρόταση το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος απάντησε ότι συμφωνεί. Πιστεύουν δηλαδή, ότι ένας κοινός τρόπος πληρωμής τόσο online όσο και στα φυσικά καταστήματα είναι ιδανικό σενάριο. Με καταγραφή 128 και ποσοστό 65% τα περισσότερα άτομα είναι θετικά, ενώ τα άτομα που δεν συμφωνούν τόσο είναι 23 με ποσοστό 12%.

Μεγάλο προτέρημα θεωρεί το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος την δυνατότητα να πληρώνει κάποιος με τον ίδιο τρόπο τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Η καταγραφή των ατόμων που συμφωνούν φτάνει τους 142 με ποσοστό 72%. Τα άτομα που διαφώνησαν με την παραπάνω πρόταση είναι 19 με ποσοστό 9%.

Στην χρήση δακτυλικού αποτυπώματος για να γίνονται οι ηλεκτρονικές πληρωμές πιο ασφαλής πάνω από το μισό δείγμα έδειξε να συμφωνεί με καταγραφή 106 και ποσοστό 54%. Ο αριθμός των ατόμων που έδειξε να διαφωνεί ανέρχεται στα 47 με ποσοστό 24%.

Όσον αφορά την πρόταση που αναφέρει ότι οι πληρωμές μέσω κινητών είναι ασφαλές το δείγμα έδειξε μια όχι τόσο θετική στάση. Τα άτομα που συμφωνούν με την πρόταση αυτή

είναι μόλις 72 με ποσοστό 37%, ενώ αρκετά κοντά στο ποσοστό αυτό ήταν και τα άτομα που διαφώνησαν με καταγραφή 50 και ποσοστό 25%.

Στους κινδύνους κλοπής δεδομένων μέσω ηλεκτρονικών πληρωμών τα περισσότερα άτομα του δείγματος συμφώνησαν ότι είναι αρκετά πιθανό να συμβεί με καταγραφή 117 και ποσοστό 60%. Μικρό είναι το ποσοστό που διαφωνεί με αυτή την πρόταση με ποσοστό 18% και καταγραφή 36.

Η μοναδική πρόταση που το ποσοστό αυτών που διαφωνούν υπερτερούν τα άτομα που συμφωνούν είναι αυτή που αναφέρει ότι δεν εμπιστεύομαι την τεχνολογία των κινητών ηλεκτρονικών πληρωμών. Τα άτομα που διαφώνησαν με αυτή την πρόταση είναι 86 με ποσοστό 44%, ενώ τα άτομα που συμφώνησαν είναι 48 με ποσοστό 24%.

Στο επόμενο κομμάτι του ερωτηματολογίου έγινε μια αξιολόγηση μερικών προτάσεων που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη και τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών. Μέσα από μια σειρά οργανισμών το δείγμα κλήθηκε να απαντήσει σε τι ποσοστό το εμπιστεύεται. Οι απαντήσεις είναι κλιμακωτές και διαμορφώνονται ως εξής: 1 = Καθόλου, 2 = Λίγο, 3 = Μέτρια, 4 = Αρκετά, 5 = Πολύ.



Διάγραμμα 1.9

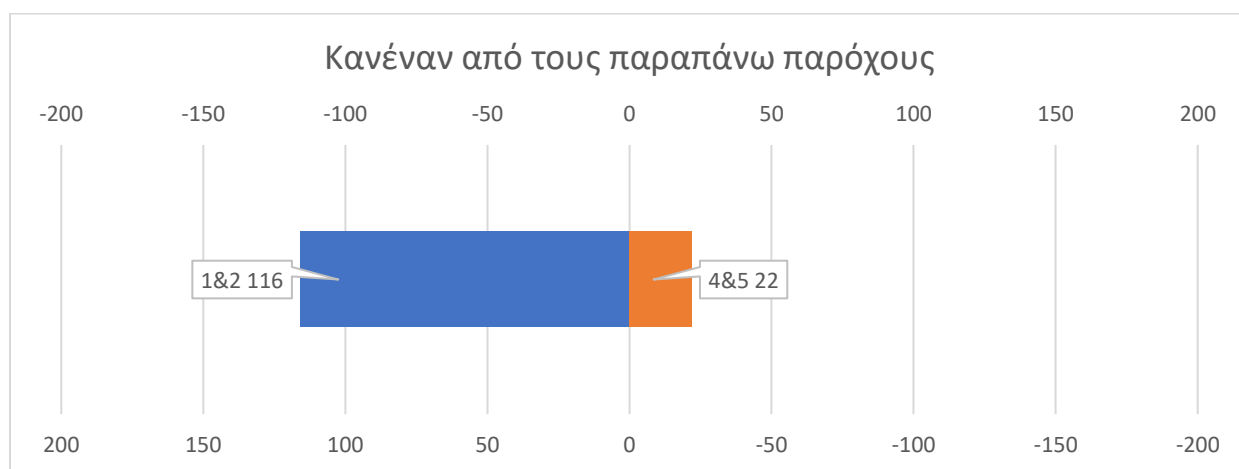
Για τις ηλεκτρονικές αγορές στα κινητά μέσω τραπεζικών και αποταμιευτικών ιδρυμάτων το δείγμα απάντησε αρκετά έως πολύ με καταγραφή 129 και ποσοστό 66%. Τα άτομα που απάντησαν καθόλου έως λίγο είναι 27 με ποσοστό 14%.

Μεγάλο βαθμό εμπιστοσύνης είχαν και οι οργανισμοί πιστωτικών καρτών όπως visa και Mastercard, με καταγραφή 136 και ποσοστό 69%. Η καταγραφή των ατόμων που απάντησαν το αντίθετο είναι 23 με ποσοστό 12%.

Από τους κατασκευαστές κινητών συσκευών 71 άτομα με ποσοστό 36%, απάντησαν αρκετά έως πολύ, ενώ τα άτομα που είπαν καθόλου έως λίγο είναι 53 με ποσοστό 27%.

Στους παρόχους κινητών τηλεπικοινωνιών και υπηρεσιών διαδικτύου οι απόψεις δίστανται. Τα άτομα που απάντησαν αρκετά έως πολύ είναι 72 με ποσοστό 36%, ενώ τα άτομα που είχαν αντίθετη γνώμη είναι 66 με ποσοστό 33%.

Στους ειδικευμένους παρόχους κινητών και ηλεκτρονικών πληρωμών τα άτομα που απάντησαν καθόλου έως λίγο πέρασαν τα άτομα που απάντησαν αρκετά έως πολύ με καταγραφή 69 και ποσοστό 35%, ενώ το άλλο ποσοστό του δείγματος κυμάνθηκε στο 30% με καταγραφή 58.



Διάγραμμα 1.10

Στην τελευταία επιλογή για την εμπιστοσύνη των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών η πρόταση είναι κανέναν από τους παραπάνω παρόχους στην οποία οι περισσότεροι απάντησαν καθόλου έως λίγο με καταγραφή 116 και ποσοστό 59%, σε σχέση με τα άτομα που απάντησαν αρκετά με πολύ με καταγραφή 22 και ποσοστό 11%.

Στην επόμενη ερώτηση το δείγμα κλήθηκε να απαντήσει για το πως θα γίνουν οι ηλεκτρονικές πληρωμές πιο ελκυστικές μέσω κινητού. Στο δείγμα δόθηκε μια σειρά επιλογών στις οποίες οι πιθανές απαντήσεις ήταν: 1 = Διαφωνώ απολύτως, 2 = Διαφωνώ, 3 = Ουδέτερο, 4 = Συμφωνώ, 5 = Συμφωνώ απολύτως.



Διάγραμμα 1.11

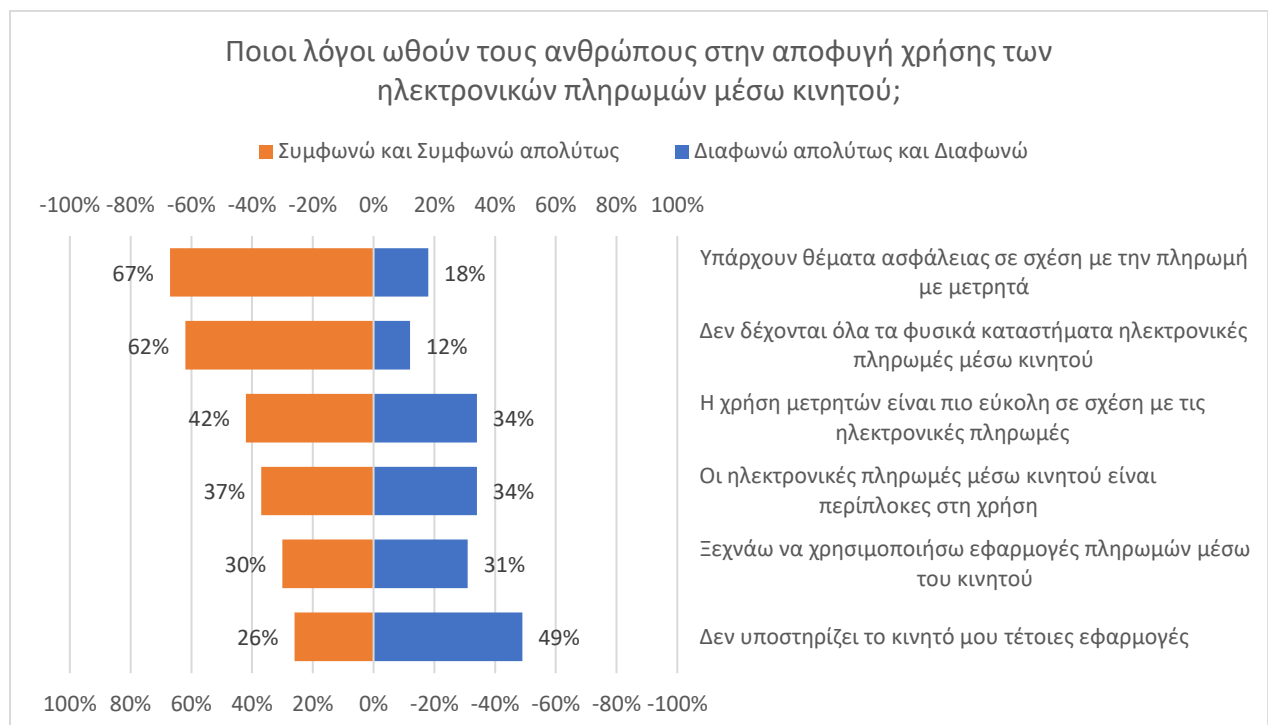
Τα κουπόνια και οι εκπτώσεις αλλά και διαφορετικά κίνητρα φάνηκαν να προσελκύουν το δείγμα καθώς με ποσοστό 67% και καταγραφή 131 οι περισσότεροι φάνηκαν να συμφωνούν με αυτό το κίνητρο. Τα άτομα που διαφώνησαν έχουν καταγραφή 19 με ποσοστό 10%.

Στην περίπτωση της δυνατότητας εξοικονόμησης και πληρωμής λογαριασμών τα περισσότερα άτομα συμφώνησαν με καταγραφή 165 και ποσοστό 84%. Τα άτομα που είχαν αντίθετη άποψη είναι 13 με ποσοστό 7%.

Την δυνατότητα να μεταφέρουν χρήματα σε άλλα άτομα βρήκαν ελκυστική το περισσότερο μέρος του δείγματος με καταγραφή 114 και ποσοστό 58%. Στην αντίπερα όχθη τα άτομα που διαφωνούν είναι 23 με ποσοστό 12%.

Ελκυστικό φαίνεται να είναι και το γεγονός της άμεσης χρέωσης λογαριασμού χωρίς μεσάζοντες ή χρήση κάρτας για τις ηλεκτρονικές πληρωμές τους μέσω κινητών καθώς με καταγραφή 141 και ποσοστό 72% τα περισσότερα άτομα συμφωνούν με αυτή την πρόταση. Τα άτομα που διαφωνούν είναι 18 με ποσοστό 9%.

Στην τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου για τις ηλεκτρονικές πληρωμές το δείγμα κλήθηκε να απαντήσει για ποιο λόγο οι περισσότεροι αποφεύγουν να πληρώσουν ηλεκτρονικά μέσω κινητού κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Το μοτίβο απαντήσεων είναι με την προηγούμενη ερώτηση.



Διάγραμμα 1.12

Στην ευκολία της χρήσης των μετρητών έναντι των ηλεκτρονικών πληρωμών οι περισσότεροι για μικρή διαφορά συμφώνησαν με καταγραφή 83 και ποσοστό 42% σε σχέση με τα άτομα που διαφώνησαν με καταγραφή 66 και ποσοστό 34%.

Στον παράγοντα ασφάλειας οι περισσότεροι συμφώνησαν πως υπάρχουν θέματα παραβιάσεων και αυτό το γεγονός αποτρέπει τους περισσότερους να χρησιμοποιούν το κινητό τους για να πληρώσουν. Τα άτομα που συμφώνησαν είναι 132 με ποσοστό 67% σε σχέση με τα άτομα που διαφώνησαν και έχουν καταγραφή 35 και ποσοστό 18%.

Μεγάλος παράγοντας είναι αυτός στον οποίο δεν δέχονται όλα τα φυσικά καταστήματα ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού με τα περισσότερα άτομα να συμφωνούν με καταγραφή 122 και ποσοστό 62%. Τα άτομα που διαφωνούν είναι 24 με ποσοστό 12%.

Όσον αφορά την περιπλοκότητα που υπάρχει στην χρήση των κινητών για ηλεκτρονικές πληρωμές τα άτομα που διαφώνησαν φτάνουν τους 66 με ποσοστό 34%, ενώ τα άτομα που συμφώνησαν καταγράφονται στους 72 με ποσοστό 37%.

Αρκετά άτομα συμφώνησαν ότι ξεχνούν να πληρώσουν με το κινητό τους με καταγραφή 59 και ποσοστό 30%, ενώ με το ίδιο περίπου ποσοστό απάντησαν και τα άτομα που διαφώνησαν με καταγραφή 61 και ποσοστό 31%.

Στην τελευταία πρόταση οι περισσότεροι διαφώνησαν με καταγραφή 96 και ποσοστό 49% όσον αφορά την υποστήριξη του κινητού τους για εφαρμογές με τις οποίες θα κάνουν ηλεκτρονικές πληρωμές, ενώ τα άτομα που συμφώνησαν είναι 51 με ποσοστό 26%.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σαν συμπέρασμα μπορούμε να κατανοήσουμε ότι οι δυσκολίες που δημιουργήθηκαν ειδικότερα τα τελευταία χρόνια, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη μερικών κλάδων των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών. Ιδίως αναπτύχθηκαν οι ηλεκτρονικές πληρωμές και η ηλεκτρονική τραπεζική. Σημαντικό ρόλο έπαιξε η διάδοση του διαδικτύου αλλά και οι λύσεις που προσπάθησε κάθε Έλληνας να βρει για να αντιμετωπίσει την κρίση και να συνεχίσει τις οικονομικές του συναλλαγές. Τα capital controls έδειξαν τον δρόμο να

στραφεί ο Έλληνας προς τις υπηρεσίες e-banking, ώστε να έχει έλεγχο και καλύτερες επιλογές για την πραγματοποίηση των οικονομικών συναλλαγών. Μαζί με αυτό παρατηρούμε ότι αυξήθηκαν και οι τρόποι με τους οποίους έκαναν πληρωμές. Υπήρχαν κάποιες προτιμήσεις οι οποίες μέχρι και φέτος επικρατούν αλλά σίγουρα γίνεται αισθητό πως έχουν ξεφύγει πλέον από το παραδοσιακό μοντέλο καταναλωτικής αγοράς από τα φυσικά καταστήματα και έχουμε μεταβεί στα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας στην αρχή ήταν η αποσαφήνιση και επεξήγηση του θέματος καθώς και να παρουσιαστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία των κλάδων των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών που εξετάστηκαν. Γενικότερα, στην Ελλάδα, από τους πιο ραγδαίους κλάδους είναι οι ηλεκτρονικές αγορές και οι ηλεκτρονικές τραπεζικές. Παρακάτω, έγινε η παρουσίαση και ανάλυση του ερωτηματολογίου που δημιουργήθηκε, ώστε να διεξαχθεί μια έρευνα που αφορά την συμπεριφορά μιας μερίδας Ελλήνων χρηστών ως προς αυτούς τους κλάδους.

Σύμφωνα με την πίτα 1.3 παρατηρούμε ότι μεγάλο ποσοστό απάντησε ότι χρησιμοποιεί υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αυτό σημαίνει ότι 2/3 της έρευνας έχουν οικειοποιηθεί με τις νέες τεχνολογικές υπηρεσίες που προσφέρονται. Από τις λειτουργίες που παρέχονται τα υψηλότερα ποσοστά κατείχαν οι πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο του λογαριασμού και την πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού. Από αυτό μπορούμε να πούμε ότι οι εφαρμογές θα πρέπει να δώσουν έμφαση στην βελτίωση της διεπαφής του πελάτη με την εφαρμογή. Επίσης, τα ποσοστά χρήσης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής στα κινητά είναι αυξημένα πράγμα που σημαίνει ότι οι εφαρμογές στα κινητά αποτελούν σημαντικό παράγοντα για την διάδοση των υπηρεσιών αυτών. Οι τράπεζες οφείλουν να κοιτάζουν την βελτιστοποίηση των εφαρμογών ώστε να αυξάνονται οι υπηρεσίες που θα χρησιμοποιούν οι χρήστες μέσα από την εφαρμογή τους. Παρακάτω, σημαντικός παράγοντας που θα κερδίσει και την εμπιστοσύνη των χρηστών αποτελεί και η ασφάλεια καθώς αρκετοί θεωρούν ότι μια ειδοποίηση σε περίπτωση παράνομης χρήσης της κάρτας τους ή η αναφορά κλοπής της κάρτας τους είναι από τις πιο σημαντικές λειτουργίες που θα πρέπει να έχουν οι εφαρμογές. Για αυτό το λόγο οι εφαρμογές της ηλεκτρονικής τραπεζικής οφείλουν να ενημερώνουν τον χρήστη, με την είσοδο κάποια λειτουργίας, αν συμβεί κάτι ύποπτο στον λογαριασμό τους ή να δίνουν την ευκαιρία στον χρήστη σε περίπτωση απώλειας κάρτας να μπορεί να ενημερώνει την τράπεζα άμεσα μέσω του κινητού του.

Για τις εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών, ενώ υπάρχει αυξημένη συμμετοχή στις ηλεκτρονικές πληρωμές γενικότερα, λίγοι επιλέγουν να κάνουν αγορές μέσω κινητών. Μάλιστα τα κυριότερα αντικείμενα που αγοράζονται είναι τρόφιμα. Ο λόγος που δεν γίνονται τόσο συχνά αγορές είναι επειδή δεν υπάρχει ευκολία και γρήγορη χρήση των εφαρμογών για να ολοκληρωθούν οι αγορές. Επομένως οι εταιρείες που δίνουν την δυνατότητα στον χρήστη να υλοποιεί αγορές μέσω κινητού θα πρέπει να σχεδιάσουν την διεπαφή να είναι φιλική ως προς τον χρήστη. Επίσης, θα πρέπει να παρέχεται και ασφάλεια πίσω από την οικονομική συναλλαγή, ώστε να κερδίσουν την εμπιστοσύνη των χρηστών για να κάνουν όλο και περισσότερες αγορές μέσω κινητών. Η ασφάλεια θα μπορούσε να έρθει ένα βήμα πριν την ολοκλήρωση της συναλλαγής, όταν δηλαδή ο χρήστης βάζει τα προσωπικά του στοιχεία στα πεδία για να ορίσει με ποιον τρόπο θα ήθελε να πληρώσει. Σε κάθε περίπτωση, τα περισσότερα άτομα που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο για τις ηλεκτρονικές πληρωμές προτιμούσαν να υπάρχει μια ενιαία πλατφόρμα για να υλοποιούν τις αγορές τους. Δηλαδή ο τρόπος με τον οποίο θα γίνεται η διαδικασία να είναι ίδιος σε κάθε ηλεκτρονικό μαγαζί. Για να γίνει αυτό εφικτό οι αρμόδιες εταιρείες που εμπλέκονται στην ανάπτυξη αυτού του λογισμικού θα πρέπει να συνεργαστούν για να παρέχουν έναν κοινό τρόπο πληρωμής για όλους. Τέλος, ένας από τους παράγοντες που θα αυξήσουν τις ηλεκτρονικές πληρωμές είναι η δυνατότητα να εξοφλούν λογαριασμούς άμεσα και χωρίς μεσάζοντες, ενώ ταυτόχρονα να τους δίνονται και κίνητρα όπως κουπόνια ή εκπτώσεις σε μελλοντικούς λογαριασμούς. Αυτό για τις εταιρείες και τις τράπεζες που θα βασιστούν στις ηλεκτρονικές πληρωμές σημαίνει πως θα πρέπει να εξελίσσουν τις εφαρμογές τους, ώστε να προσελκύσουν τον χρήστη να τις υλοποιεί μέσα από αυτές και ταυτόχρονα να τον επιβραβεύει για την κίνηση αυτή με κάποια bonus.

Σίγουρα από τα πιο σημαντικά κίνητρα όμως παραμένει η ασφάλεια. Είναι σαφές ότι για να αυξηθεί και η χρήση των ηλεκτρονικών τραπεζικών αλλά και των ηλεκτρονικών πληρωμών τόσο σε υπολογιστή όσο και σε κινητό θα χρειαστεί να τρέξουν καμπάνιες από τις επιχειρήσεις μέσα από τις οποίες θα εξηγούν και θα καθησυχάζουν τους χρήστες των εφαρμογών αυτών ότι είναι τους παρέχονται τα ίδια επίπεδα ασφάλειας όπως θα αυτά θα τους τα παρείχαν αν πήγαιναν στην τράπεζα ή αν πλήρωναν με παραδοσιακούς τρόπους, όπως δηλαδή έκαναν και κάνουν τόσο καιρό. Επιπρόσθετα, κάθε δήμος και κάθε νομός θα πρέπει να εξασφαλίζει ότι κάθε κατάστημα υποστηρίζει τις ηλεκτρονικές πληρωμές και ότι παρέχει αυτή την ευέλικτη επιλογή στον χρήστη, εξοπλίζοντας ή παρακινώντας τα φυσικά καταστήματα να αποδέχονται ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Από το διαδίκτυο :

- [1]: Evolution of Fintech : <https://www.e-zigurat.com/innovation-school/blog/evolution-of-fintech/>
- [2]: The evolution of fintech : <https://www.techrevolution.asia/archives/4474>
- [3]: Understanding FinTech Categories : <https://ianmartin.com/understanding-fintech-categories/>
- [4]: Ten Pros And Cons Of Being In Fintech Industry : <http://blog.entryless.com/ten-pros-and-cons-of-being-in-fintech-industry/>
- [5]: Importance of and Benefits of E-Banking : <https://www.ukessays.com/essays/information-technology/importance-of-e-banking.php>
- [6]: E-Banking: Meaning, Advantages, and Disadvantages : <https://www.merchant.com/blog/e-banking-meaning-advantages-and-disadvantages/>
- [7]: What Is an E-payment System? : <https://securionpay.com/blog/e-payment-system/>
- [8]: THE STATE OF FINTECH IN GREECE : <https://yostartups.com/state-fintech-greece/>
- [9]: Ουραγός στις ηλεκτρονικές πληρωμές η Ελλάδα στην Ε.Ε. : <https://www.kathimerini.gr/1038977/article/oikonomia/epixeirhseis/oyragos-stis-hlektronikes-plhrwmes-h-ellada-sthn-ee>
- [10]: Αποτελέσματα της ετήσιας έρευνας ηλεκτρονικού εμπορίου B-C στην Ελλάδα : <https://eltrun.gr/%CE%B1%CF%80%CE%BF%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B1-%CF%84%CE%B7%CF%82-%CE%B5%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%B1%CF%82-%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1%CF%82-%CE%B7%CE%BB%CE%B5/>

- [11]: Consumer Adoption and Usage of Banking Technology :
<https://www.firstdata.com/downloads/thought-leadership/fi-segmentation-wp3.pdf>
- [12]: Banking on the future: an exploration of FinTech and the consumer interest July 2017 : <https://www.consumersinternational.org/media/154710/banking-on-the-future-full-report.pdf>
- [13]: The Journal of Financial Perspectives Winter 2015 FinTech :
<https://www.eycom.ch/en/Publications/20160309-The-Journal-of-Financial-Perspectives-Winter-2015-FinTech/download>
- [14]: FINTECH SURVEY REPORT April 2016 :
https://www.cfainstitute.org/survey/fintech_survey.pdf
- [15]: The FinTech survey 2017 Beyond blurred lines: Have Financial Services Institutions misread the innovation landscape? :
<https://www.pwc.co.nz/pdfs/2017pdfs/new-zealand-fintech-2.0-report-2017.pdf>
- [16]: Fintech by the numbers Incumbents, startups, investors adapt to maturing ecosystem : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/financial-services/dcf-fintech-by-the-numbers.pdf>
- [17]: 2018 US Fintech Market Report :
<https://www.spglobal.com/marketintelligence/en/documents/2018-us-fintech-market-report.pdf>
- [18]: Scholar Journal of Applied Sciences and Research :
<https://www.innovationinfo.org/articles/SJASR-2-115.pdf>
- [19]: Global FinTech Adoption Index 2019 As FinTech becomes the norm, you need to stand out from the crowd : https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/banking-and-capital-markets/ey-global-fintech-adoption-index.pdf
- [20]: 2019 Global Financial Services Consumer Study | Accenture :
https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-95/Accenture-2019-Global-Financial-Services-Consumer-Study.pdf

Παράρτημα

Αξιολόγηση χρηματοοικονομικών υπηρεσιών (Financial Technology): Digital banking and e-Payment

Στόχος του ερωτηματολογίου που ακολουθεί είναι η χαρτογράφηση των Ελλήνων χρηστών ως προς τον τρόπο χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων για τις πληρωμές τους καθώς και του βαθμού ικανοποίησής τους από τις τραπεζικές εφαρμογές. Η έρευνα πραγματοποιείται στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας του Δημήτρη Έξαρχου, φοιτητή του τμήματος Πληροφορικής του Ιονίου Πανεπιστημίου.

Επισημαίνουμε ότι το ερωτηματολόγιο και η επεξεργασία των δεδομένων είναι ανώνυμα και πραγματοποιούνται με σκοπό και μόνο την εξυπηρέτηση της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας.

Επιβλέπων Καθηγητής: Κουρουθανάσης Παναγιώτης

1. Παρακαλώ υποδείξτε πόσο συμφωνείτε με τα παρακάτω σχετικά με την χρήση των νέων τεχνολογιών από εσάς:

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Καθόλου	Όχι ιδιαίτερα	Ίσως	Αρκετά	Πολύ
Είμαι θετικός να χρησιμοποιώ νέες καινοτόμες τεχνολογίες	☐	☐	☐	☐	☐
Μεταξύ των γνωστών και φίλων μου δοκιμάζω πρώτος νέες τεχνολογίες	☐	☐	☐	☐	☐
Μου αρέσει να πειραματίζομαι με νέες τεχνολογίες	☐	☐	☐	☐	☐
Σε γενικές γραμμές διστάζω να χρησιμοποιήσω πρώτος νέες τεχνολογίες	☐	☐	☐	☐	☐

2. Ποιές υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής χρησιμοποιείτε μέσω κινητού ή υπολογιστή;

*

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- ☐ Ψηφιακές τραπεζικές εφαρμογές (eBanking)
- ☐ Μεταφορές χρημάτων (Money Transfer)
- ☐ Ηλεκτρονικές πληρωμές (ePayment)
- ☐ Προϋπολογισμός και οικονομικός σχεδιασμός (Financial Management)
- ☐ Δάνεια (Lending)
- ☐ Ασφάλεια (Insurance)
- ☐ _____ Άλλο:

3 Πόσο χρησιμοποιείτε την ημέρα το διαδίκτυο; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Λιγότερο από 1 ώρα
- ☐ 1-3 ώρες 3-5
- ☐ ώρες
- ☐ περισσότερες από

5

4. Κάνετε αγορές προϊόντων ή υπηρεσιών μέσω διαδικτύου; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

ΜΕΡΟΣ Α: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ

5. Χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

6 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στον υπολογιστή;
Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Καθόλου	Μία ως πέντε φορές τον μήνα	Μία φορά την εβδομάδα	Τουλάχιστον δύο φορές την εβδομάδα	Αρκετά
Πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού	☐	☐	☐	☐	☐
Προγράμματα και εργαλεία προϋπολογισμός και διαχείρισης οικονομικών	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες ανταμοιβών που έχει η κάρτα	☐	☐	☐	☐	☐
Πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες με ένα ATM	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο της πιστωτικής/ χρεωτικής κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Ειδοποιήσεις παράνομης χρήσης της κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Μεταφορά χρημάτων σε ηλεκτρονικά πορτοφόλια τρίτων	☐	☐	☐	☐	☐
Προγραμματισμός ραντεβού σε καταστήματα	☐	☐	☐	☐	☐
Ενεργοποίηση/ Απενεργοποίηση κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐

7 Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στο κινητό; *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Μία ως πέντε	Μία φορά την	Τουλάχιστον δύο φορές την	Καθημερινά
--	---------	-----------------	-----------------	------------------------------	------------

		φορές τον μήνα	εβδομάδα	εβδομάδα	
Πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού	☐	☐	☐	☐	☐
Προγράμματα και εργαλεία προϋπολογισμός και διαχείρισης οικονομικών	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες ανταμοιβών που έχει η κάρτα	☐	☐	☐	☐	☐
Πρόσβαση στις ίδιες υπηρεσίες με ένα ΑΤΜ	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες σχετικά με το υπόλοιπο της πιστωτικής/ χρεωστικής κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Ειδοποιήσεις παράνομης χρήσης της κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Μεταφορά χρημάτων σε ηλεκτρονικά πορτοφόλια τρίτων	☐	☐	☐	☐	☐
Προγραμματισμός ραντεβού σε καταστήματα	☐	☐	☐	☐	☐
Ενεργοποίηση/ Απενεργοποίηση κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐

8 Ποιες απο τις δυνατότητες των εφαρμογών ηλεκτρονικής τραπεζικής μέσω κινητού θεωρείτε σημαντικές :

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	ενδιαφέρει	ενδιαφέρει λίγο	Ουδέτερο	ενδιαφέρει αρκετά	ενδιαφέρει πολύ
Ενεργοποίηση/ Απενεργοποίηση κάρτας ή αναφοράς απώλειας της κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Σύνδεση μέσω δακτυλικού αποτυπώματος	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα ανταμοιβών που έχει η κάρτα	☐	☐	☐	☐	☐
Προβολή υπολοίπου χωρίς σύνδεση (quick view)	☐	☐	☐	☐	☐
Αναφορά κλοπής ή χαμένης χρεωστικής/ πιστωτικής κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐
Παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής σε smartwatch	☐	☐	☐	☐	☐
Αποστολή χρημάτων σε άλλο άτομο	☐	☐	☐	☐	☐
Άμεση επικοινωνία με προσωπικό της τράπεζας μέσω live chat	☐	☐	☐	☐	☐
Πληρωμή λογαριασμών μέσω λήψης φωτογραφιών του barcode των λογαριασμών	☐	☐	☐	☐	☐
Εργαλεία διαχείρισης οικονομικών	☐	☐	☐	☐	☐
Προγραμματισμός ραντεβού σε καταστήματα	☐	☐	☐	☐	☐
Διαχείριση ειδοποιήσεων λογαριασμού	☐	☐	☐	☐	☐
Εντοπισμός υποκαταστημάτων/ATM	☐	☐	☐	☐	☐
Πρόσβαση σε στοιχεία του λογαριασμού	☐	☐	☐	☐	☐

ΜΕΡΟΣ Β: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΩΜΕΣ

10 Κάνετε ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω υπολογιστή; *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι ακόμα, άλλα θα ήθελα στο μέλλον
- ☐ Όχι ακόμα, και δεν θα ήθελα στο μέλλον

11. Κάνετε ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού; * *Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι ακόμα, άλλα θα ήθελα στο μέλλον
- ☐ Όχι ακόμα, και δεν θα ήθελα στο μέλλον

12. Με ποιον τρόπο προτιμάτε να πληρώνετε συνήθως; * *Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ☐ Μετρητά
- ☐ Με πίστωση
- ☐ Μέσω διαδικτύου
- ☐ Με πιστωτική κάρτα
- ☐ Με χρεωστική κάρτα
- ☐ Μέσω κινητού

13 Ποια προϊόντα ή υπηρεσίες αγοράζετε περισσότερο μέσω κινητών συσκευών; Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Ποτέ	Μια φορά το εξάμηνο	Μια φορά το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Παραπάνω από μια φορά την εβδομάδα
Ρούχα, παπούτσια, κοσμήματα	☐	☐	☐	☐	☐
Προϊόντα σουπερμάρκετ	☐	☐	☐	☐	☐
Καύσιμα	☐	☐	☐	☐	☐
Φαγητό και ποτά σε εστιατόρια, μπαρ ή ξενοδοχεία	☐	☐	☐	☐	☐
Βιβλία	☐	☐	☐	☐	☐
Εισιτήρια για θέατρο ή ταινία	☐	☐	☐	☐	☐
Ταξίδια, αεροπορικά εισιτήρια, ξενοδοχεία, εισιτήρια τραίνου	☐	☐	☐	☐	☐
Μουσική, streaming	☐	☐	☐	☐	☐
Εισιτήρια για πάρκινγκ σε αυτόματο	☐	☐	☐	☐	☐
Παιχνίδια	☐	☐	☐	☐	☐
Ταξί ή παρόμοια μέσα μεταφοράς	☐	☐	☐	☐	☐
Ενοικίαση αυτοκίνητου	☐	☐	☐	☐	☐
Εφημερίδες ή περιοδικά	☐	☐	☐	☐	☐
Έπιπλα ή διακόσμηση	☐	☐	☐	☐	☐

14 Ποιοι είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες κατά την άποψη σας για να γίνουν οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών πιο ελκυστικές; Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ	Ουδέτερο	Συμφωνώ	Συμφωνώ απολύτως
Ασφάλεια και προστασία δεδομένων	☐	☐	☐	☐	☐
Λιγότερες προμήθειες σε σχέση με άλλες εφαρμογές πληρωμών	☐	☐	☐	☐	☐
Ευκολία και γρήγορη χρήση	☐	☐	☐	☐	☐
Ευρεία αποδοχή και σε άλλες χώρες	☐	☐	☐	☐	☐
Λιγότερα εμπόδια όπως PINs και επιπλέον κωδικοί	☐	☐	☐	☐	☐
Εφαρμογή με ελκυστικά προϊόντα και υπηρεσίες	☐	☐	☐	☐	☐
Χρήση από την οικογένεια, φίλους και συνεργάτες	☐	☐	☐	☐	☐
Ενσωματωμένη εφαρμογή πληρωμών σε εφαρμογές με υπηρεσίες	☐	☐	☐	☐	☐
Διεπαφή με άλλες εφαρμογές	☐	☐	☐	☐	☐
Διαφημίσεις για πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου	☐	☐	☐	☐	☐

15 Παρακαλώ αξιολογήστε το βαθμό που συμφωνείτε με τις παρακάτω προτάσεις:

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά. πάροχοι πρέπει να

	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ	Ουδέτερο	Συμφωνώ	Συμφωνώ απολύτως
Οι εμπλεκόμενοι	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐
	☐	☐	☐	☐	☐
καταστήματα	☐	☐	☐	☐	☐
Θα ήθελα να πληρώνω στην Ελλάδα και στο συνεργαστούν για την ανάπτυξη κοινής λύσης πληρωμών μέσω κινητού τηλεφώνου					

Πιστεύω ότι η ποικιλία των διαφορετικών μεθόδων πληρωμής μέσω κινητού είναι περίπλοκη Πρέπει να βρεθεί μια πανελλαδική λύση για τις πληρωμές μέσω κινητού τηλεφώνου στην Ελλάδα Θα προτιμούσα να είχα έναν κοινό τρόπο πληρωμής τόσο online όσο και στα φυσικά

εξωτερικό για την αγορά προϊόντων και
υπηρεσιών χρησιμοποιώντας την
ίδια εφαρμογή μέσω
κινητού

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Θα προτιμούσα να

☐ ☐ ☐ ☐ ☐☐ ☐ ☐ ☐ ☐☐ ☐ ☐ ☐ ☐☐ ☐ ☐ ☐ ☐

πληρωμών

χρησιμοποιώ δακτυλικό
αποτύπωμα για να
κάνω ηλεκτρονικές
πληρωμές πιο ασφαλείς
Πιστεύω ότι οι
πληρωμές μέσω
κινητών είναι ασφαλείς
Υπάρχει κίνδυνος
κλοπής δεδομένων
μέσω ηλεκτρονικών
πληρωμών
Δεν εμπιστεύομαι την
τεχνολογία των κινητών
ηλεκτρονικών

16 Από τους παρακάτω παρόχους ηλεκτρονικών πληρωμών ποιον εμπιστεύεστε περισσότερο;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Αρκετά	Πολύ
Τραπεζικά και αποταμιευτικά ιδρύματα	☐	☐	☐	☐	☐
Οργανισμοί πιστωτικών καρτών (π.χ. Visa, Mastercard)	☐	☐	☐	☐	☐
Κατασκευαστές κινητών (π.χ. Samsung, Apple, Google)	☐	☐	☐	☐	☐
Πάροχοι κινητών τηλεπικοινωνιών και υπηρεσιών διαδικτύου (π.χ. Cosmote, Vodafone, Wind)	☐	☐	☐	☐	☐
Ειδικευμένοι πάροχοι κινητών και ηλεκτρονικών πληρωμών (π.χ. Viva)	☐	☐	☐	☐	☐
Κανέναν από τους παραπάνω παρόχους	☐	☐	☐	☐	☐

17. Ποιο από τα παρακάτω πιστεύετε θα κάνει την χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητού πιο ελκυστική :

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ	Ουδέτερο	Συμφωνώ	Συμφωνώ απολύτως
Κίνητρα όπως κουπόνια, εκπτώσεις κ.α.	☐	☐	☐	☐	☐
Δυνατότητα εξοικονόμησης και πληρωμής λογαριασμών	☐	☐	☐	☐	☐
Μεταφορά χρημάτων σε άλλα άτομα	☐	☐	☐	☐	☐
Άμεση χρέωση λογαριασμού χωρίς μεσάζοντες ή χρήση κάρτας	☐	☐	☐	☐	☐

18 Ποιοι λόγοι ωθούν τους ανθρώπους στην αποφυγή χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητού;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Διαφωνώ απολύτως	Διαφωνώ	Ουδέτερο	Συμφωνώ	Συμφωνώ απολύτως
Η χρήση μετρητών είναι πιο εύκολη σε σχέση με τις ηλεκτρονικές πληρωμές	☐	☐	☐	☐	☐
Υπάρχουν θέματα ασφάλειας σε σχέση με την πληρωμή με μετρητά	☐	☐	☐	☐	☐
Δεν δέχονται όλα τα φυσικά καταστήματα ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού	☐	☐	☐	☐	☐
Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητού είναι περίπλοκες στη χρήση	☐	☐	☐	☐	☐
Ξεχνάω να χρησιμοποιήσω εφαρμογές πληρωμών μέσω του κινητού	☐	☐	☐	☐	☐
Δεν υποστηρίζει το κινητό μου τέτοιες εφαρμογές	☐	☐	☐	☐	☐

19. Ηλικία *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46 -55
- ☐ >56

20. Εκπαίδευση *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Δευτεροβάθμια εκπαίδευση
- ☐ Τριτοβάθμια εκπαίδευση
- ☐ Μεταπτυχιακές σπουδές

21. Είδος απασχόλησης *

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- ☐ Δημόσιος/Ιδιωτικός υπάλληλος
- ☐ Ελεύθερος/η επαγγελματίας
- ☐ Φοιτητής/τρια
- ☐ Άνεργος/η

Με την υποστήριξη της



Google Forms