



**ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών : ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ**

**Διπλωματική Εργασία**

**Εξέλιξη των ηλεκτρονικών πληρωμών με τη χρήση νέων  
τεχνολογιών και ο αντίκτυπος στην αγοραστική  
συμπεριφορά των καταναλωτών.**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ:**

**ΣΑΜΑΝΙΔΟΥ ΕΡΑ**

**A.M. 126226**

**Επιβλέπων Καθηγητής: ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2023**

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο συγγραφέας/δημιουργός εκχωρεί στο ΕΑΠ, μη αποκλειστική άδεια χρήσης του δικαιώματος αναπαραγωγής, προσαρμογής, δημόσιου δανεισμού, παρουσίασης στο κοινό και ψηφιακής διάχυσής τους διεθνώς, σε ηλεκτρονική μορφή και σε οποιοδήποτε μέσο, για διδακτικούς και ερευνητικούς σκοπούς, άνευ ανταλλάγματος και για όλο το χρόνο διάρκειας των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Η ανοικτή πρόσβαση στο πλήρες κείμενο για μελέτη και ανάγνωση δεν σημαίνει καθ' οιονδήποτε τρόπο παραχώρηση δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας του συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Ο συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



«Εξέλιξη των ηλεκτρονικών πληρωμών με τη χρήση νέων τεχνολογιών και ο αντίκτυπος στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών»

Έρα Σαμανίδου

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

Αγγελόπουλος Ελευθέριος

Θεσσαλονίκη, Φεβρουάριος 2023

*Ευχαριστίες*

*Ένα ευχαριστώ στην οικογένεια μου, που κάθε φορά με υπενθυμίζουν τις δυνατότητες μου και πως τα δύσκολα μπορούν να γίνουν εύκολα.*

*Ευχαριστώ θερμά τον Επίκουρο Καθηγητή του Πανεπιστημίου Πατρών Αγγελόπουλο Ελευθέριο για την άμεση και πολύτιμη καθοδήγηση του.*

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	7
Abstract .....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Η Εξέλιξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα .....	9
1.1 Εισαγωγή .....	9
1.1.1 Ιστορική αναδρομή των τραπεζών μετά το 2010 .....	9
1.1.2 Ιστορική αναδρομή των τραπεζών μετά το 2019 (Covid-19).....	10
1.2 Ηλεκτρονική Τραπεζική.....	17
1.2.1 Τι σημαίνει ηλεκτρονική - ψηφιακή τραπεζική.....	19
1.3 Τι σημαίνει ηλεκτρονική πληρωμή.....	21
1.4 Πόσο αναγκαίες είναι στην καθημερινότητα μας οι ηλεκτρονικές πληρωμές .....	22
1.5 Τραπεζικές κάρτες.....	23
1.5.1 Χρεωστική κάρτα .....	24
1.5.2 Προπληρωμένη κάρτα .....	25
1.5.3 Πιστωτική κάρτα.....	26
1.6 Τι είναι το MobilePayments .....	30
1.6.1 Έρευνα για τις ανέπαφες πληρωμές με τη χρήση του Mobile Payment .....	31
1.7 Ποια είναι η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : Τα μέσα ηλεκτρονικής πληρωμής και τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους .....	38
2.1 Ποιος ο ρόλος της τεχνολογίας .....	38
2.1.1 Πληρωμές με την τεχνολογία RFID και NFC .....	38
2.1.2 Τύποι πληρωμών mobilepayment.....	39
2.1.3 IRISOnlinepayments .....	39
2.1.4 Μηχανήματα Αυτόματων πληρωμών – APS – easypay – ΚΑΣ.....	40
2.1.5 Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή ή Μηχανήματα Αυτόματης Συναλλαγής ( ATM ) .....	42
2.2 Περιγραφή πληρωμών δυνατότητας μέσω διαδικτύου για κινητά (WAP) και εφαρμογών.....	43
2.3 Συμπεράσματα.....	45
2.4 Η εξέλιξη των ψηφιακών συναλλαγών και ο επηρεασμός στην Ελλάδα.....	45
2.5 Η χρήση των Mobile payments και των μικροσυναλλαγών στην σημερινή κοινωνία.....	47
2.5.1 Έρευνα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας για την χρήση μικροσυναλλαγών .....	47

2.5.2 Έρευνα της Maru-Matchbox για την χρήση ηλεκτρονικών αγορών.....	48
2.5.3 Έρευνα από μέλος της MasterCard σχετικά με τις προτιμήσεις πληρωμών ..	48
2.5.4 Έρευνα από την ΕΚΤ για την χρήση των μετρητών.....	49
2.5.5 Συμπεράσματα των ερευνών, για τη χρήση του Mobile Payment και των μικροσυναλλαγών .....	54
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : Αποτρεπτικοί παράγοντες στη χρήση των μέσων ηλεκτρονικής πληρωμής .....</b>	<b>55</b>
3.1 Κίνδυνοι και απάτες .....	55
3.1.1 Ιστορική αναδρομή ηλεκτρονικού εγκλήματος.....	55
3.1.2 Επίθεση ηλεκτρονικού «ψαρέματος» - phishing .....	57
3.1.3 Απάτες με εφαρμογή πληρωμών ( P2P ).....	58
3.1.4 Απάτες με ψεύτικες- δόλιες εκδόσεις πιστωτικών καρτών .....	60
3.2 Συμπεράσματα εξαπάτησης και βασικές λύσεις .....	62
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Διερεύνηση της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων πληρωμής (ερωτηματολόγιο).....</b>	<b>63</b>
4.1 Σκοπός της έρευνας .....	63
4.2 Απαντήσεις ερωτηματολογίου.....	63
4.3 Διερευνητικό βοήθημα.....	63
4.4 Ανάλυση δεδομένων από το ερωτηματολόγιο .....	64
4.5 Ανάλυση απαντήσεων ερωτηματολογίου.....	79
4.5.1 Σύνοψη απαντήσεων ερωτηματολογίου .....	81
4.6 Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου .....	82
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ .....</b>	<b>86</b>
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	86
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ .....	87
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	83
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>88</b>
ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ.....	88
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	88

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Ο στόχος της διπλωματικής εργασίας είναι να αναφερθεί στο τι ακριβώς εννοούμε με τον όρο ηλεκτρονικές πληρωμές με τη χρήση νέων τεχνολογιών. Ειδικότερα, θα αναλυθούν τα δομικά τους στοιχεία και ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιούνται στην πράξη. Η σημασία του συγκεκριμένου θέματος έγκειται στο ότι στην σύγχρονη εποχή, η τεχνολογία έχει φτάσει σε επίπεδα κορυφής και αυτή η ανάπτυξη επηρεάζει σαφώς την οικονομία. Αυτό φάνηκε ιδιαίτερα, κατά την διάρκεια της πανδημίας όπου εξελίχθηκαν οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω διαφόρων συσκευών και οι επιχειρήσεις και καταναλωτές αναγκάστηκαν να αλλάξουν τις συνήθειες τους και να προσαρμοστούν στις νέα εξελίξεις. Γενικά, οι ηλεκτρονικές πληρωμές αποτελούν σημαντική εξέλιξη της οικονομικής τεχνολογίας, η οποία έχει δημιουργηθεί για την πιο άμεση συναλλαγή που έχει αναπτυχθεί τον τελευταίο αιώνα. Οι συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιηθούν από όπου και αν βρίσκεται ο καταναλωτής, είτε είναι στην χώρα του είτε βρίσκεται εκτός χώρας, ενώ σε θέματα εμπορίου οι συναλλαγές μπορούν μέσω συστήματος να διαμορφωθούν αναλόγως με το νόμισμα της εκάστοτε χώρας. Στη συγκεκριμένη διπλωματική , μέσω παράθεσης της βιβλιογραφίας και διεξαγωγής ποιοτικής έρευνας (ερωτηματολόγιο ) εξάγονται χρήσιμα συμπεράσματα αναφορικά με τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών και τον αντίκτυπο στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

### **Λέξεις – Κλειδιά**

Ηλεκτρονικές πληρωμές, εξέλιξη τεχνολογίας , τραπεζικές κάρτες, αγοραστική συμπεριφορά, κυβερνοέγκλημα, ηλεκτρονικό έγκλημα, διαδικτυακό έγκλημα

## **Abstract**

The aim of the thesis is to discuss what we exactly mean by the term "electronic payments using new technologies." Specifically, it will analyze their structural elements and how they are practically utilized. The significance of this particular topic lies in the fact that in the modern era, technology has reached its peak levels, and this development significantly influences the economy. This became particularly evident during the pandemic, where electronic payments evolved through various devices, and businesses and consumers were forced to change their habits and adapt to the new advancements. In general, electronic payments represent a significant advancement in financial technology, which has been developed for the purpose of facilitating more immediate transactions in the past century. Transactions can be conducted from wherever the consumer is, whether in their own country or abroad, while in matters of commerce, transactions can be adjusted accordingly with the currency of each respective country through the system. In this specific thesis, useful conclusions regarding the use of electronic payments and their impact on consumer purchasing behavior are derived through the citation of literature and conducting qualitative research (questionnaire).

## **Keywords**

Electronic payments, evolution of technology, bank cards, buying behavior, cybercrime, electronic crime, internet related crime



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:Η Εξέλιξη της Ηλεκτρονικής Τραπεζικής στην Ελλάδα**

### **1.1 Εισαγωγή**

Σκοπός της εργασίας είναι να παρουσιαστείτο πλαίσιο διαχείρισης των ηλεκτρονικών πληρωμών με τη χρήση νέων τεχνολογιών και ο αντίκτυπος στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Ειδικότερα στην εργασία:

1. Θα αναλυθεί ο ρόλος των τραπεζών
2. Θα γίνει σύγκριση ανάμεσα στην Ελλάδα και στο εξωτερικό ως προ την χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών. Ειδικότερα, με ποιο τρόπο έγινε η αποδοχή στο εξωτερικό και πως αντιμετωπίζεται στην χώρα μας.
3. Θα διερευνηθεί με ποιοτική έρευνα η χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών στη χώρα μας, από ιδιώτες και επαγγελματίες.
4. Μέσω του μηχανισμού IRISonlinePayments θα διερευνηθεί η χρήση από τους καταναλωτές και τα οφέλει προς την τεχνολογία και την οικονομία.
5. θα αναπτυχθεί η αντιμετώπιση της κοινωνίας ως προς την εξέλιξη των πληρωμών μέσω των κινητών (smartphones) , tablet, smartwatch και άλλων καθημερινών συσκευών.

#### **1.1.1 Ιστορική αναδρομή των τραπεζών μετά το 2010**

Σύμφωνα με την μελέτη από την Ελληνική Ένωση των Τραπεζών, για το διάστημα Δεκέμβριος 2007 έως Δεκέμβριος 2016, οι εν λειτουργία τράπεζες, μέσω συγχωνεύσεων, εξαγορών και εξυγιάνσεων, μειώθηκαν από 64 σε 39 ενώ αποχώρησε σχεδόν το σύνολο των ξένων τραπεζών με δίκτυα εξυπηρέτησης της πελατείας, εκτός της HSBC.

Από την αρχή της κρίσης, παρατηρήθηκε η μείωση των τραπεζικών καταστημάτων με ποσοστό -42.5% και η μείωση των Αυτόματων Ταμειολογιστικών Μηχανών ( ATM ) με ποσοστό -26%.

Ακόμη, στην κίνηση κεφαλαίων από την εφαρμογή των μέτρων περιορισμού, την περίοδο της κρίσης 2010 μέχρι 2014 υπήρξε μείωση της χρήσης των Τερματικών Αποδοχής Συναλλαγών καρτών ( POS ), ενώ σταδιακά το ίδιο έτος 2014, άρχισε να αυξάνεται η χρήση του POS με ποσοστό 79% , μέχρι και σήμερα.

Μέσω της κίνησης κεφαλαίων από την εφαρμογή των μέτρων περιορισμού , υπήρξε αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών με κάρτες με ποσοστό 58% , ενώ η διενέργεια των πάγιων πληρωμών αυξήθηκε σε ποσοστό 47%.

Στη συνέχεια, έχουμε την αύξηση της αξίας συναλλαγών, των εναλλακτικών καναλιών εξυπηρέτησης της πελατείας των τραπεζών από το 2016 μέσω internetbanking με ποσοστό 29% και του mobilebanking με ποσοστό 82%. Τα επίπεδα απάτης τόσο σε όρους συναλλαγών όσο και σε όρους αξίας ήταν χαμηλά. ( Ελληνική Ένωση Τραπεζών , 2017 )

### **1.1.2 Ιστορική αναδρομή των τραπεζών μετά το 2019 (Covid-19)**

Πάνω από μια δεκαετία που έχει περάσει από την έναρξη της μεγάλης παγκόσμιας οικονομικής κρίσης στη Μεγάλη Ύφεση. Η κρίση αποκάλυψε σημαντικές ελλείψεις στην πειθαρχία, τη ρύθμιση και την εποπτεία της αγοράς. Η Παγκόσμια Χρηματοοικονομική Ανάπτυξη για τα έτη 2019 με 2020 , παρέχει νέα δεδομένα και στοιχεία σχετικά με τα ρυθμιστικά διορθωτικά μέτρα που υιοθετήθηκαν για την αποτροπή μελλοντικής χρηματοπιστωτικής αστάθειας και φωτίζει τις συνεχιζόμενες συζητήσεις πολιτικής.

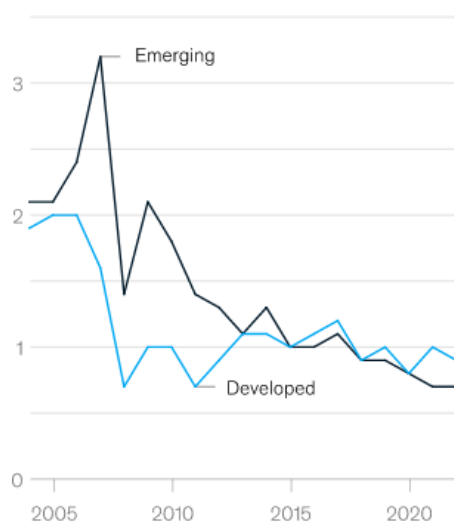
Η παγκοσμιοποίηση και η τεχνολογική αλλαγή είναι σημαντικά δεδομένα που καθιστούν ακόμη πιο δύσκολη την αποτελεσματική εποπτεία των τραπεζών. Λιγότερο περίπλοκοι κανονισμοί μπορεί να σημαίνουν πιο αποτελεσματική

υποχρέωση από τις εποπτικές αρχές και παρακολούθηση από τους ενδιαφερόμενους. Οι αναπτυσσόμενες χώρες, έχουν αυξήσει τις ελάχιστες κεφαλαιακές απαιτήσεις τους για να συμβάλουν στον περιορισμό των κινδύνων, αλλά χρειάζεται περισσότερη εποπτεία. (WorldBankGroup, 2023 )

Οι συνέπειες διαφέρουν μεταξύ και εντός των περιφερειών, ιδίως στις αναδύμενες αγορές. Ένα από τα εντυπωσιακά χαρακτηριστικά αυτής της περιόδου, είναι ότι ορισμένες τράπεζες σε ορισμένες γεωγραφικές περιοχές αναπτύσσονται δυναμικά και παρουσιάζουν ανοδικά και αυξανόμενα κέρδη και έσοδα. Αυτή η πολύ πιο αισιόδοξη εικόνα βρίσκεται σε επιλεγμένες αγορές, για παράδειγμα, σε πολλές περιφερειακές τράπεζες στις Ηνωμένες Πολιτείες και σε πέντε κορυφαίες τράπεζες στον Καναδά. Σε άλλες οικονομίες όπως η Ινδία, η Ινδονησία, το Μεξικό και η Νότια Αφρική οι μεγαλύτερες τράπεζες με βάση την κεφαλαιοποίηση της αγοράς έχουν πολύ καλές επιδόσεις.

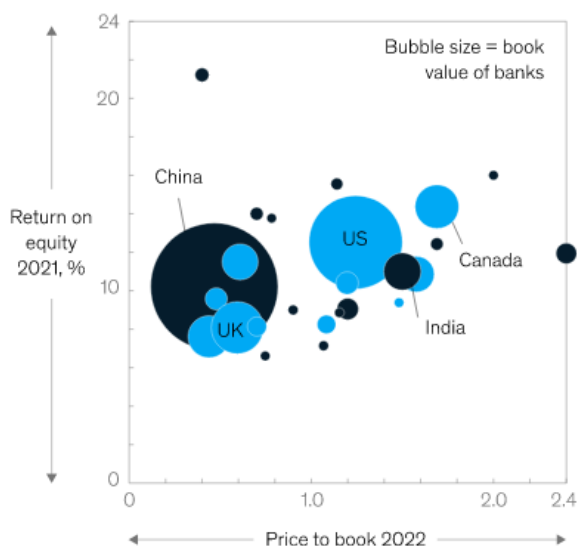
**For banking, the line between developed markets and emerging markets has become blurred.**

Price-to-book (P/B) value, by market type



Source: S&P Global; McKinsey Panorama

Return on equity and P/B, by market type



**Πίνακας 1: Για τον τραπεζικό τομέα, η γραμμή μεταξύ των ανεπτυγμένων αγορών και των αναδύμενων αγορών έχει γίνει θολή**

Στον Πίνακα 1, βλέπουμε μία ιστορική αναδρομή για τις αναδυόμενες αγορές έναντι των προηγούμενων οικονομιών. Για το 2022, είναι δυνατό να υποστηριχθεί ότι τουλάχιστον στον τραπεζικό τομέα, ολόκληρη η έννοια των αναδυόμενων αγορών ,έχει σταματήσει να λειτουργεί. Η ομάδα στις χώρες που αναφέρεται δεν είναι πλέον μονολιθική. Αυτό σημαίνει πως μερικές από τις τράπεζες με τις καλύτερες επιδόσεις και τις τράπεζες με υψηλή ανάπτυξη βρίσκονται στην Ασία, το ίδιο συμβαίνει και με μερικές από τις χειρότερες τράπεζες με τη χαμηλότερη ανάπτυξη. ( McKinsey&Company, 2022)

Καθώς η οικονομία επιβραδύνεται , η απόκλιση μεταξύ των τραπεζών θα διευρυνθεί περαιτέρω. Η τρέχουσα αβέβαιη μακροοικονομική προοπτική θα επηρεάσει τις τράπεζες με δύο τρόπους σε διαφορετικούς βαθμούς. Πρώτον, είναι πιθανό να υπάρξει μια συνεχιζόμενη ώθηση στην κερδοφορία από υψηλότερα περιθώρια καθώς τα επιτόκια αυξάνονται, όμως αυτό μπορεί να είναι παροδικό. Δεύτερον, οι τράπεζες αντιμετωπίζουν μακροπρόθεσμη επιβράδυνση της ανάπτυξης. Το αποτέλεσμα αυτών

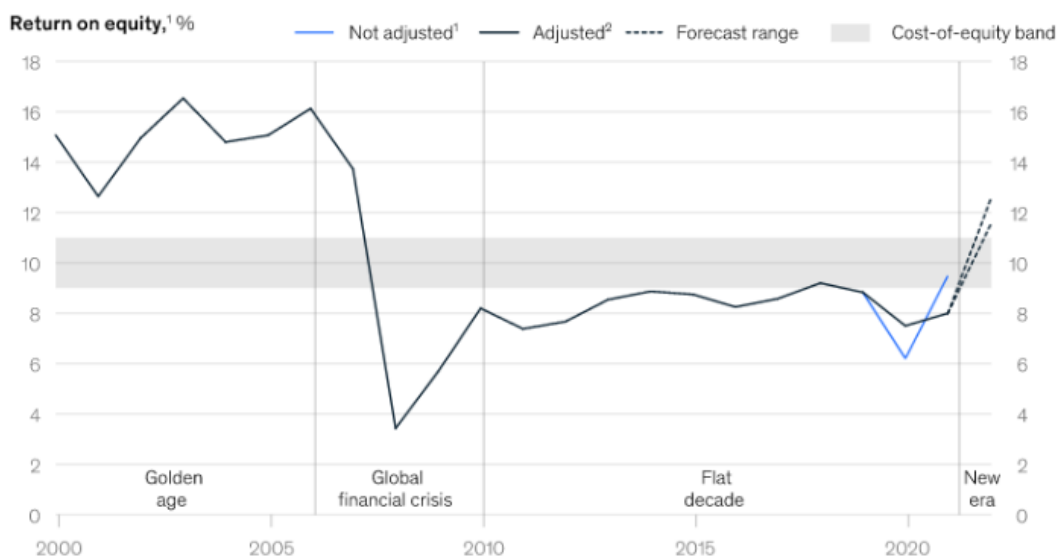
των πιέσεων θα είναι η αύξηση της τάσης για μεγάλες αποκλίσεις μεταξύ των τραπεζών που σημειώθηκε το 2021, με τα αποτελέσματα να ποικίλλουν σημαντικά ανάλογα με το προφίλ χρηματοδότησης, τη γεωγραφική τοποθεσία και το λειτουργικό μοντέλο.

Οι τράπεζες θα πρέπει να γίνουν πιο ανθεκτικές και να επαναφέρουν τα επιχειρηματικά τους μοντέλα για να ξεπεράσουν την τρέχουσα ασταθή περίοδο και να επιτύχουν μακροπρόθεσμη ανάπτυξη και κερδοφορία. Πρώτα, ήταν η πανδημία, πλέον είναι ο πληθωρισμός, ο πόλεμος , η αύξηση των επιτοκίων, η διακοπή της εφοδιαστικής αλυσίδας και πολλά άλλα. Γενικά, για τις τράπεζες παγκοσμίως ο συνδυασμός μακροοικονομικής αστάθειας και γεωπολιτικής αναταραχής το 2022, ανέτρεψε πολλές υποθέσεις όπως και έδωσε τέλος, σε μια δεκαετία σχετικής σταθερότητας. Το μόνο που παρέμεινε ακλόνητο είναι οι αποτιμήσεις. Συνολικά, οι τράπεζες συνεχίζουν να διαπραγματεύονται με απότομη μείωση σε άλλους τομείς, γεγονός που επιβεβαιώνει ότι το 2022, περισσότερες από τις μισές τράπεζες στον κόσμο κερδίζουν λιγότερα από το κόστος ιδίων κεφαλαίων τους.

Για τον λόγο αυτό, για τις τράπεζες το 2022 ήταν μια ταραχώδης χρονιά κρουσμάτων και αυξανόμενης αβεβαιότητας. Οι τράπεζες ανέκοψαν από την πανδημία με ισχυρή αύξηση εσόδων, αλλά το πλαίσιο έχει αλλάξει δραματικά. Εξαιτίας των αλληλένδετων κραδασμών από τις γεωπολιτικές, οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της πανδημίας επιδεινώθηκαν οι αδυναμίες των τραπεζών.

### After a decade of flat returns, 2022 represented a new era in banking.

#### Banking profitability through the eras



<sup>1</sup>Accounting ROE, including the full impact of provisions.

<sup>2</sup>For 2020 and 2021, ROE has been adjusted for cyclicality for provisions during the COVID-19 pandemic.

Source: S&P Global; McKinsey Panorama

#### Πίνακας 2: Μετά από μια δεκαετία σταθερών αποδόσεων, το 2022 αντιπροσώπευε μια νέα εποχή στον τραπεζικό τομέα.

Στον Πίνακα 2, παρατηρήθηκε ότι η κερδοφορία των τραπεζών έφτασε σε υψηλό επίπεδο 14 ετών για το έτος 2022, με την αναμενόμενη απόδοση ιδίων κεφαλαίων μεταξύ 11,5% και 12,5%. Ακόμη, τα έσοδα παγκοσμίως αυξήθηκαν κατά 345 δισεκατομμύρια δολάρια. Η ανάπτυξη αυτή, ωθήθηκε από την απότομη αύξηση των καθαρών περιθωρίων, καθώς τα επιτόκια αυξήθηκαν αφού παρέμειναν για χρόνια στα κυκλικά τους κατώτατα όρια. Έτσι λοιπόν, το τραπεζικό σύστημα παγκοσμίως βρίσκεται σε δείκτες κεφαλαίου Tier 1 μεταξύ 14% και 15%, που θεωρείτε υψηλότερος από ποτέ δείκτης. (McKinsey&Company, 2022)

Οι παρατεταμένες επιπτώσεις του Covid-19 και οι γεωπολιτικές εντάσεις ταράζουν τον χρηματοπιστωτικό τομέα. Οι μακροχρόνιες επιπτώσεις της πανδημίας του Covid-19 εξακολουθούν να γίνονται αισθητές και η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία τον Φεβρουάριο του 2022 όπως και οι αυξημένες εντάσεις σχετικά με την Ταϊβάν σηματοδότησε την αγνή επιστροφή της γεωπολιτικής ως ανατρεπτική δύναμη.

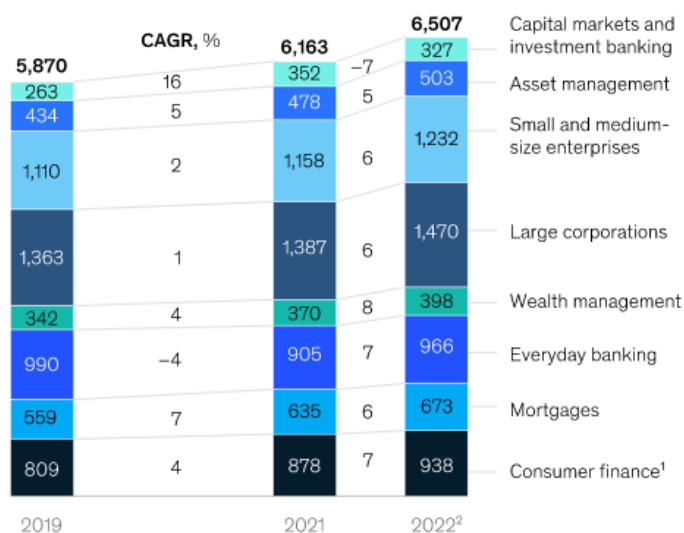
Πέντε διαταραχές που προέκυψαν, επηρεάζουν τις τράπεζες παγκοσμίως:

- Μακροοικονομική διαταραχή: ο αυξανόμενος πληθωρισμός και η πιθανότητα ύφεσης δοκιμάζουν σοβαρά τις κεντρικές τράπεζες, ακόμη και όταν επιδιώκουν να χαλιναγωγήσουν τις πολιτικές τους για ποσοτική χαλάρωση.
- Διαταραχή αξίας ενεργητικού: αυτές περιλαμβάνουν απότομες μειώσεις στην κινεζική αγορά ακινήτων και την απότομη υποτίμηση των fintechs και των κρυπτονομισμάτων, συμπεριλαμβανομένης της χρεοκοπίας ορισμένων οργανισμών κρυπτογράφησης υψηλού προφίλ.
- Διαταραχή εφοδιασμού ενέργειας και τροφίμων: Οι διακοπές στον εφοδιασμό ενέργειας και τροφίμων, που σχετίζονται με τον πόλεμο στην Ουκρανία, συμβάλλουν στον πληθωρισμό και θέτουν σε κίνδυνο εκατομμύρια βιοποριστικά μέσα.
- Διαταραχή της τροφοδοτικής αλυσίδας: Η διακοπή των αλυσίδων εφοδιασμού που ξεκίνησε κατά τα πρώτα Lockdown της πανδημίας συνεχίζει να επηρεάζει τις παγκόσμιες αγορές.
- Διαταραχή εξαιρετικής ικανότητας: Η αποστολή υπέστη σημαντικές αλλαγές κατά τη διάρκεια του Covid-19, καθώς οι άνθρωποι άλλαξαν δουλειά, άρχισαν να εργάζονται εξ αποστάσεως ή εγκατέλειψαν εντελώς το εργατικό δυναμικό για να ενταχθούν στη «μεγάλη φθορά» (greatattrition)- βάρδιες χωρίς, σημάδια χαλάρωσης.

(McKinsey's Global Banking Annual Review, 2022 )

## Margins are becoming a more important driver of growth in banking, compared with volume.

Revenue per segment, 2019–22, \$ billion



Composition of the growth between 2021–22, \$ billion



<sup>1</sup>Includes microloans and professional loans.

<sup>2</sup>Estimated.

Source: Global Banking Pools, McKinsey Panorama

### Πίνακας 3: Τα περιθώρια γίνονται πιο σημαντικός μοχλός ανάπτυξης στον τραπεζικό τομέα, σε σύγκριση με τον όγκο.

Στον Πίνακα 3, παρατηρήθηκε πως το 60% των κερδών-εσόδων αντιπροσωπεύει τη βελτίωση των περιθωρίων. Σχεδόν, όλα τα τμήματα του τραπεζικού κλάδου έχουν δει βελτιώσεις εκτός, από τις κεφαλαιαγορές και την επενδυτική τραπεζική. Ωστόσο, περισσότερες από τις μισές τράπεζες του κόσμου το 2022 συνεχίζουν να έχουν απόδοση ιδίων κεφαλαίων κάτω από το κόστος των ιδίων κεφαλαίων. Για το δεύτερο εξάμηνο του 2022, η ανάλυσή μας υποδηλώνει ότι το περιθώριο αυξάνει τις αποδόσεις πάνω από το κόστος των ιδίων κεφαλαίων για μόλις 35% των τραπεζών παγκοσμίως. Με ποσοστό 15% λιγότερο δηλαδή, των τραπεζών κερδίζουν περισσότερο από το 4% του αντίστοιχου κόστους ιδίων κεφαλαίων τους. (McKinsey&Company, 2022)

Σύμφωνα με την διαχείριση του παρόντος ενώ προετοιμαζόμαστε για το μέλλον, παρουσιάζεται μέσω διπλής πρόκλησης ότι τα επόμενα πέντε έως δέκα χρόνια, οι πιέσεις και οι αλλαγές της αγοράς συμπεριλαμβανομένων των τεχνολογικών αλλαγών

που διαταράσσουν την παραδοσιακή τραπεζική, θα ισοδυναμούν με θεμελιώδεις διαρθρωτικές διακοπές. Οι τράπεζες θα πρέπει να βελτιώσουν τη βραχυπρόθεσμη ανθεκτικότητα τους και να επενδύσουν μακροπρόθεσμα για να καινοτομήσουν και να προετοιμάσουν το δρόμο για μελλοντική κερδοφορία, αυξημένη ανάπτυξη και υψηλότερες αποτιμήσεις.

Βραχυπρόθεσμα, τέσσερις στρατηγικοί στόχοι μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας:

- Οικονομική ανθεκτικότητα: Οι τράπεζες με τις καλύτερες επιδόσεις θα έχουν δομή καθαρού εισοδήματος με χαμηλή ευαισθησία στα επιτόκια και στο κόστος κινδύνου και θα πρέπει να στοχεύουν σε αναλογία κόστους προς έσοδα 35 έως 40%
- Λειτουργική ανθεκτικότητα: Αυτό σημαίνει μείωση ή εξάλειψη της παρουσίας σε χώρες υψηλού κινδύνου και δημιουργία εξαιρετικών πρακτικών διαχείρισης κινδύνου.
- Ψηφιακή και τεχνολογική ανθεκτικότητα: Οι κυβερνοεπιθέσεις εξακολουθούν να αποτελούν σοβαρό κίνδυνο και οι καλύτερες τράπεζες διαθέτουν μια καλά προστατευμένη και ασφαλή τεχνολογική υποδομή, καθώς και ανώτερη ασφάλεια δεδομένων.
- Οργανωτική ανθεκτικότητα: Οι τράπεζες που αποδίδουν καλύτερα θα έχουν γρήγορους χρόνους αντίδρασης και θα επενδύσουν στην προσέλκυση, την επανεκπαίδευση και τη διατήρηση των καλύτερων ταλέντων.

Μακροπρόθεσμα, οι τράπεζες θα πρέπει να μετακινηθούν από τα παραδοσιακά επιχειρηματικά μοντέλα σε πιο απροσδόκητες πλατφόρμες, αποσυνδέοντας δυνητικά επιχειρηματικές μονάδες όπως η καθημερινή τραπεζική και πολύπλοκες χρηματοοικονομικές ή συμβουλευτικές υπηρεσίες. Οι τράπεζες θα μπορούσαν να εξετάσουν διάφορες προσεγγίσεις. Για παράδειγμα, θα μπορούσαν να καλλιεργήσουν εξαιρετικά διαφοροποιημένες σχέσεις με τους πελάτες, με έντονη εστίαση στη δημιουργία μιας βαθιάς συναισθηματικής σύνδεσης. Θα μπορούσαν επίσης, να αναπτύξουν ιδιόκτητα δεδομένα και πληροφορίες για σύνολα πελατών, μεταξύ άλλων με τη χρήση προηγούμενων αναλυτικών στοιχείων. Μια τρίτη, επιλογή θα ήταν να γίνονται ουσιαστικά και ξεκάθαρα στοιχήματα κατά την κατανομή πόρων και



κεφαλαίων. Τέταρτον, οι τράπεζες, θα μπορούσαν να δημιουργήσουν νέες πηγές πρόσβασης πελατών και εσόδων, όπως προμήθειες συνδρομής, προμήθειες πληρωμών και τέλη διανομής, που δεν αφορούν τον ισολογισμό. Οι τράπεζες θα μπορούσαν να επικεντρωθούν στην καινοτομία, με στόχο να ενσταλάξει μια πραγματικά επιχειρηματική κουλτούρα και να προσελκύσει και να διατηρήσει το ταλέντο που απαιτείται για να συνεισφέρει σε μια τέτοια κουλτούρα. (McKinsey'sGlobalBankingAnnualReview, 2022 )

## 1.2 Ηλεκτρονική Τραπεζική

Με τον χρόνο μας να είναι πολύτιμος και περιορισμένος, οι ηλεκτρονικές συναλλαγές μπήκαν δυναμικά στη ζωή μας , με σκοπό να αναβαθμίσουν τον τρόπο με τον οποίο είχαμε μάθει να κάνουμε τις συναλλαγές μας. Ο σύγχρονος τρόπος συναλλαγής είναι το **e-Banking** το οποίο προσφέρει υπηρεσίες υψηλής ανάλυσης.

Η τράπεζα με τους τρόπους συναλλαγής που έχει δημιουργήσει, μας δίνει τη δυνατότητα να κάνουμε συναλλαγές από απόσταση και μέσω εναλλακτικών καναλιών επικοινωνίας χάρις την ψηφιακή τραπεζική.

Βασικές λειτουργίες της **ηλεκτρονικής τραπεζικής** πραγματοποιούνται με το κινητό τηλέφωνο και το διαδίκτυο να είναι πλέον απαραίτητο για την καθημερινότητα μας. Έτσι, όλα μπορούν να γίνουν με πιο γρήγορους εύκολους και με ασφάλεια ρυθμούς από το γραφείο, το σπίτι, όπως και από εξωτερικούς χώρους.

Η εξέλιξη του τραπεζικού συστήματος για την **ηλεκτρονική- ψηφιακή τραπεζική (digitalbanking)** συντελέστηκε τον 21<sup>ο</sup> αιώνα, ωφελούμενη της ωρίμανσης της τεχνολογίας που άλλαξε την έννοια της τράπεζας. Η ηλεκτρονική - ψηφιακή τραπεζική δεν είναι μόνο το onlinebanking αλλά μία πλατφόρμα η οποία συνδέει δύο άκρα, την τράπεζα και τον πελάτη.

Το πρώτο βήμα που λειτούργησε ως πρόοδος της ηλεκτρονικής τραπεζικής επανάστασης, έγινε τη δεκαετία του 1960, όταν ο οJohnShepherd-Barron εφηύρε το ATM, όντας εκνευρισμένος από το γεγονός ότι έφτασε στην τράπεζα ένα λεπτό μετά

τη λήξη του ωραρίου και δεν μπόρεσε να εξυπηρετηθεί. Το χαρακτηριστικό των ΑΤΜ είναι πως εξυπηρετούν όλο το 24ωρο επιτρέποντας και συναλλαγές χωρίς μετρητά.

Οι πρώτες μορφές ηλεκτρονικής τραπεζικής σε παγκόσμιο επίπεδο έκαναν την εμφάνισή τους τη δεκαετία του 1980, όταν πολλά νοικοκυριά έβαλαν στον οικογενειακό προϋπολογισμό την αγορά ενός υπολογιστή. Σημαντικό ρόλο έχει και η ανάπτυξη του ίντερνετ , η ασύρματη τηλεφωνία , οι βιντεοκλήσεις, ήταν και είναι τεχνολογίες μαζί με τους υπολογιστές που έδωσαν μεγαλύτερη ώθηση για την έναρξη μίας νέας εποχής. Με τη χρήση των υπολογιστών στα σπίτια δημιουργήθηκε η «οικιακή τραπεζική» (**homebanking**) όπου, ο χρήστης είχε την δυνατότητα να αποκτήσει πρόσβαση σε μερικές τραπεζικές υπηρεσίες. Η πρώτη μορφή συναλλαγής ήταν απλή , ο πελάτης μπορούσε να στείλει μια εντολή προς την τράπεζα (πληρωμή ή μεταφορά σε λογαριασμό) χωρίς να υπάρχει αλληλεπίδραση σε πραγματικό χρόνο.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 τα περισσότερα οικιακά σπίτια αποκτούσαν συνδέσεις στο διαδίκτυο με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές να ανεβάζουν την αξία και τη λειτουργικότητά τους. Ήταν η περίοδος που ξεκίνησε από το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ το **onlinebanking**. Οι καταναλωτές ήταν αρκετά επιφυλακτικοί καθώς δεν γνώριζαν και δεν εμπιστευόντουσαν τις υπηρεσίες μέσω διαδικτύου. Όταν όμως, άρχισαν οι συναλλαγές με το ηλεκτρονικό εμπόριο, ο κόσμος πείστηκε με την ευκολία των ηλεκτρονικών πληρωμών και την ασφάλεια τους.

Η ηλεκτρονική τράπεζα, συνέχιζε να αναπτύσσεται όταν αναβαθμίστηκαν οι ταχύτητες του διαδικτύου μαζί με τη κινητή τηλεφωνία. Η δεκαετία που ακολούθησε καθιέρωσε τη **ψηφιακή τραπεζική ( digitalbanking )**. Για την τράπεζα ήταν η άμεση εγγυημένη επαφή προς τον πελάτη γιατί, μπορούσε να τον εξυπηρετήσει οποιαδήποτε στιγμή και οπουδήποτε βρίσκεται ο πελάτης της, από όποια συσκευή τον εξυπηρετεί αρκεί να υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο.

Το **digitalbanking** είτε σε μορφή e-banking είτε σε μορφή mobilebanking, «γκρέμισε» τους τοίχους της τράπεζας και την μετέτρεψε από ένα κατάσταση σε υπηρεσία. Πολλές συναλλαγές ολοκληρώνονται χάρις την υπηρεσία της ψηφιακής

τραπεζικής, δίνοντας στον πελάτη την ευχέρεια να πληρώσουν τους λογαριασμούς, την καταβολή φόρου εισοδήματος, την αποστολή χρημάτων σε άλλους λογαριασμούς, τα δάνεια και την διαχείριση των πλαστικών καρτών. Υπηρεσίες που καθημερινά εξελίσσονται με την τεχνολογία και τις ανάγκες της πολιτείας.

Σήμερα, η συντριπτική πλειοψηφία, το 70% των Ευρωπαίων πολιτών χρησιμοποιούν υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής κατά βάση από το κινητό τους τηλέφωνο, έχοντας στη διάθεσή τους υπηρεσίες που μέχρι πριν λίγα χρόνια δεν φανταζόταν κανείς ούτε στα πιο τρελά του όνειρα. (Μάμμη Ε., 2020)

### 1.2.1 Τι σημαίνει ηλεκτρονική - ψηφιακή τραπεζική

Στο χρηματοπιστωτικό τομέα ένα νέο επίκεντρο θα αποτελέσει τα εναλλακτικά δίκτυα. Καθώς οι διαφοροποιήσεις σε νέα προϊόντα και επιτόκια περιορίζονται, οι τράπεζες οδηγούνται προς μία νέα κατεύθυνση, για να φέρουν στο προσκήνιο νέες υπηρεσίες προκειμένου να τραβήξουν το ενδιαφέρον των πολιτών, μειώνοντας τα λειτουργικά τους έξοδα, διατηρώντας ή και αυξάνοντας με τον τρόπο αυτό την κερδοφορία τους.

Οι στόχοι της ηλεκτρονικής τραπεζικής είναι:

- Να περιοριστούν οι συναλλαγές στο κατάστημα στις πλέον εξειδικευμένες επενδυτικές υπηρεσίες, χορηγήσεις δανείων, μεταφέροντας τις αναλήψεις, τις καταθέσεις και τις πληρωμές στα εναλλακτικά δίκτυα
- Να υπάρχει ένα εύκολο και ασφαλές σύστημα ως προς τη χρήση, έτσι ώστε να καλύπτει όλες τις ανάγκες των συναλλαγών (τείχος προστασίας)
- Τα εναλλακτικά δίκτυα να γίνουν οικεία στους πελάτες των τραπεζών για να γνωρίζουν τα πλεονεκτήματα αυτά που τους προσφέρουν

Οι τράπεζες, έχοντας τη δυνατότητα των εναλλακτικών δικτύων καλύπτουν ένα μεγάλο σύνολο της χώρας, με το να εξυπηρετούν τις περιοχές που η τοποθεσία τους είναι μη προσβάσιμη και δεν υπάρχουν καταστήματα.

Η έλλειψη εξοικείωσης και η ανασφάλεια των συναλλασσομένων με τις νέες τεχνολογίες είναι τα δύο μεγάλα εμπόδια, που πρέπει να καταφέρουν να περάσουν οι τράπεζες των εναλλακτικών δικτύων. Τα ποσοστά εισόδου μέσω internet για την χώρα μας είναι χαμηλά, σε σύγκριση με την ευρωζώνη όπως και οι ηλεκτρονικές συναλλαγές.

Μέσω των ATM πραγματοποιούνται περισσότερες από 100 εκ. συναλλαγές σε ετήσια βάση στην χώρα μας. Ένα ποσοστό 70% κάνει συναλλαγές στα ATM που αφορούν αναλήψεις, ένα άλλο ποσοστό 25% κάνει ερώτηση υπολοίπου και τέλος, ένα ποσοστό 5% κάνει διάφορες άλλες συναλλαγές όπως πληρωμές, μεταφορές χρημάτων κ.α.

Μετά τη χρήση των ATM, το επόμενο στάδιο είναι η αύξηση της χρήσης της ηλεκτρονικής – ψηφιακής και τηλεφωνικής τραπεζικής. Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές στηρίζονται στην άνεση, την πληρότητα και την ασφάλεια ως προς την χρήση τους από τους καταναλωτές. Ο πελάτης μίας τράπεζας έχει στην διάθεση του:

- Τραπεζικές συναλλαγές μέσω τηλεφώνου (κινητό – σταθερό) μόνο με φωνητικές εντολές
- Πλήρες «πακέτο» συναλλαγών και υπηρεσιών όλο το 24ωρο
- Μετατροπή της οθόνης του υπολογιστή σε ATM
- Βελτιωμένα συστήματα ασφαλείας με χρήση ειδικών, προσωπικών κωδικών
- Αυτοματοποιημένα συστήματα συναλλαγών χωρίς την παρουσία εκπροσώπου της τράπεζας

Έρευνες έδειξαν πως η πιο συνηθισμένη συναλλαγή μέσω internet banking είναι η αποστολή εμβάσματος με 55%, οι χρηματιστηριακές συναλλαγές επίσης μέσω διαδικτύου έχουν 22% ποσοστά και οι πληρωμές ΦΠΑ, ΙΚΑ, ασφάλειες, καταθέσεις σε λογαριασμούς τρίτων, έχουν ποσοστά 70% που πραγματοποιούνται μέσω internete-banking. (Καραγεώργου Ε. 2023)

### 1.3 Τι σημαίνει ηλεκτρονική πληρωμή

**Ηλεκτρονική πληρωμή – ElectronicBanking** σημαίνει η χρήση μιας πιστωτικής ή χρεωστικής κάρτας, όταν σε συναλλαγή χρησιμοποιούνται τερματικά μηχανήματα όπως ElectronicFundsTransfer ( EFT ) και PointOfSales ( POS ) και θα πρέπει να συμμετέχουν ο πωλητής και ο αγοραστής για την εμπορική συναλλαγή. Ο καταναλωτής και η επιχείρηση είναι η δύο άμεση εμπλεκόμενη παράγοντες που χρειάζεται μία ηλεκτρονική πληρωμή.

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές κωδικοποιούνται στις παρακάτω κατηγορίες:

- PersontoPerson( P2P ):Ως παράδειγμα , θα μπορούσε να είναι η εξόφληση κάποιου λογαριασμού ή μισθοδοσία ενός εργαζόμενου. Δηλαδή, αφορά τις πληρωμές που ολοκληρώνονται χωρίς, κάποιος να είναι παρών (καταναλωτής – επιχείρηση)
- ConsumertoBusiness( C2B ) ή BusinesstoConsumer ( B2C ): ο όρος που χρησιμοποιείται πιο συχνά είναι το B2C και εκφράζει την πώληση που κάνει μία επιχείρηση προς τον καταναλωτή.
- BusinesstoBusiness( B2B ):Ως παράδειγμα είναι το τιμολόγιο και περιγράφει τις πληρωμές μεταξύ των επιχειρήσεων.
- PersontoGovernment( P2G ) και BusinesstoGovernment ( B2G ):Ως παράδειγμα είναι οι οφειλές των πολιτών δηλαδή, οι πληρωμές προς τους δημόσιους φορείς. (Ένωση Ελληνικών Τραπεζών σελ. 28,29)

Οι δύο οντότητες , του καταναλωτή και της επιχείρησης εκτός από το χρηματοοικονομικό εργαλείο που χρησιμοποιεί η κάθε μία, έχουν την εναλλακτική χρήση της ηλεκτρονικής πληρωμής. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές πραγματοποιούνται με τη χρήση του ίντερνετ, για να ολοκληρωθούν οι συναλλαγές των αποδοχών και των εισπράξεων. Μία ηλεκτρονική πληρωμή επιτυγχάνεται δίνοντας στους πελάτες την δυνατότητα να κάνουν άμεσες αγορές μέσω του δικτύου και να πληρώνουν με όποια κάρτα διαθέτουν (πιστωτική , χρεωστική προπληρωμένη κάρτα ή οποιονδήποτε άλλο τρόπο θέλουν).

Επιπροσθέτως, αν υπάρχουν τράπεζες που βρίσκονται στην Ε.Ε. και είναι με διαφορετικό νόμισμα μεταξύ τους, τότε στις περιπτώσεις εκείνες θα ισχύει ότι και στις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε.. Οι τράπεζες παρέχουν την ευκολία, σε όσους από τους συνδρομητές τους χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές κάρτες πληρωμών να συναλλάσσονται με το νόμισμα που επιθυμούν και δεν υποχρεώνουν την συναλλαγή στο νόμισμα της χώρας που επισκέπτονται ή που προμηθεύονται προϊόντα. Καταλήγοντας, οι ηλεκτρονικές πληρωμές ήρθαν στην καθημερινότητα μας , και να μας βοηθήσουν με την χρήση τους αλλά ως κύριο σκοπό έχουν την παρακολούθηση και την βελτίωση της φοροδιαφυγής των πολιτών.

#### **1.4 Πόσο αναγκαίες είναι στην καθημερινότητα μας οι ηλεκτρονικές πληρωμές**

Ως σύνολο η ηλεκτρονική πληρωμή είναι μία μορφή τραπεζικής , με την οποία κεφάλαια μεταφέρονται μέσω ανταλλαγής ηλεκτρονικών σημάτων σε αντίθεση με την ανταλλαγή μετρητών, επιταγών ή άλλων μορφών έντυπων εγγραφών. Οι ηλεκτρονικές πληρωμές δίνουν την δυνατότητα σε οικονομικά ιδρύματα όπως , πιστωτικές ενώσεις και τράπεζες να μεταφέρουν τα κεφάλαια τους. Ακόμη, πραγματοποιούνται μεταξύ οικονομικών και εμπορικών ιδρυμάτων, συναλλαγές μέσω ηλεκτρονικών πληρωμών όπως για παράδειγμα, η ανάληψη μετρητών από τα ΑΤΜ ή η πληρωμή λογαριασμών, χρησιμοποιώντας μία χρεωστική κάρτα, όπου τα κεφάλαια μεταφέρονται μέσω της ηλεκτρονικής πληρωμής.

## 1.5 Τραπεζικές κάρτες

Στις μέρες μας και κυρίως τα τελευταία χρόνια (2019-2023) , ο πλανήτης μας ήρθε αντιμέτωπος με μία πρωτόγνωρη πανδημία, όπως επίσης και λίγα χρόνια νωρίτερα ( 2014 - 2015 ) στην χώρα μας, συγκεκριμένα στην Ελλάδα είχαμε την περίοδο των capitalcontrols και από τότε σκοπός του κράτους, ήταν η χρήση της αύξησης του πλαστικού χρήματος μέσω των τραπεζικών καρτών αλλά και των ηλεκτρονικών πληρωμών. Όλες οι τραπεζικές κάρτες που εκδίδονται σε Ελλάδα και εξωτερικό, ανά τον κόσμο έχουν δημιουργεί για να καλύπτουν τις συναλλαγές με βάση το νόμισμα του εκάστοτε κράτους (Καληνυκτάκης Α., 2017)

Οι τραπεζικές κάρτες κατηγοριοποιούνται σε τρεις κατηγορίες για να γίνονται αντιληπτές από τους χρήστες της. Η πρώτη είναι η χρεωστική κάρτα , η δεύτερη είναι η προπληρωμένη κάρτα και η τρίτη, είναι η πιστωτική κάρτα.

Οι παραπάνω κάρτες χρησιμοποιούνται για αναλήψεις μετρητών, πληρωμές λογαριασμών, εξωτερικές και εσωτερικές συναλλαγές και αγορές προϊόντων. Η διαφορά μεταξύ των καρτών αφορά το σημείο προέλευσης των χρημάτων για τις συναλλαγές.

Οι κάρτες μπορούν να χρησιμοποιηθούν και εκτός Ελλάδας , αναλόγως με το διεθνές σχήμα τις εκάστοτε κάρτας πληρωμών : VISA , MAESTRO, MASTERCARD , AMERICANEXPRESS, DINERS , CHINAUNIONPAY , JCB κ.α.

### 1.5.1 Χρεωστική κάρτα

Η **χρεωστική κάρτα ( DebitCard )** είναι η πρώτη κάρτα που δίνεται από πλευράς τράπεζας σε πελάτη της και είναι συνδεδεμένη με τον τραπεζικό λογαριασμό ενός χρήστη. Δηλαδή, ο τραπεζικός λογαριασμός μπορεί να αποτελείται από λογαριασμό ταμιευτηρίου , τρεχούμενο λογαριασμό ή λογαριασμό μισθοδοσίας αναλόγως τον σκοπό που εξυπηρετεί τον πελάτη. Η συνήθης διεθνής ένδειξη που εκπροσωπεί την χρεωστική κάρτα είναι η VISA ή η MasterCard.

Με την χρεωστική κάρτα, εκτός από τις αναλήψεις χρημάτων από τα ΑΤΜ μπορούμε να τις χρησιμοποιήσουμε και ως πιστωτική κάρτα για να κάνουμε ηλεκτρονικές αγορές. Εφόσον, πραγματοποιηθεί μία ηλεκτρονική συναλλαγή αφαιρείται από το χρηματικό ποσό με το οποίο είναι συνδεδεμένη η κάρτα. Σε περίπτωση που η κάρτα είναι συνδεδεμένη με πάνω από έναν τραπεζικό λογαριασμό, τότε ρυθμίζεται από την τράπεζα ποιος προτιμάται από τον χρήστη να είναι προτιμώμενος. Ενώ, ο τραπεζικός λογαριασμός είναι διαφορετικός για παράδειγμα ταμιευτηρίου ή όψεως , τότε σε ανέπαφες συναλλαγές και όχι, ερωτάτε ο κάτοχος από ποιον τραπεζικό λογαριασμό επιθυμεί να αφαιρεθεί το ποσό συναλλαγής.

Η χρεωστική κάρτα λειτουργεί σχετικά απλά, αν δεν υπάρχει διαθέσιμο χρηματικό ποσό στον λογαριασμό, τότε η συναλλαγή δεν θα μπορεί να προχωρήσει γιατί, ο έλεγχος γίνεται σε πραγματικό χρόνο και ενημερώνει άμεσα για την διαθεσιμότητα του ποσού. Εναλλακτικά, αν πραγματοποιηθεί η αγορά τότε το χρηματικό ποσό δεσμεύεται άμεσα , μεταφέρεται το λογιστικό υπόλοιπο από τον λογαριασμό μας στον λογαριασμό της αγοράς – πληρωμής και δεν μπορούμε να το κάνουμε στην συνέχεια ανάληψη από το ΑΤΜ ή από φυσικό κατάστημα τράπεζας. Εφόσον ολοκληρωθεί η πληρωμή, στο ιστορικό συναλλαγής είτε σε φυσικό κατάστημα , είτε σε έλεγχο κίνησης από το ΑΤΜ ή ακόμη και μέσω του internetbanking το ποσό της συναλλαγής θα εμφανιστεί μετά από κάποιες μέρες. Αυτό, οφείλεται στο διατραπεζικό σύστημα , στην ταυτοποίηση της συναλλαγής από τον έναν λογαριασμό στον άλλον (αν η τράπεζα είναι ίδια ), από την μία τράπεζα σε άλλη τράπεζα , αν η συναλλαγή είναι σε εσωτερικό ή



εξωτερικό , αν πρέπει να γίνει αλλαγή νομίσματος οπότε εκεί θα υπάρχει και αντίστοιχη προμήθεια από την χώρα και τις τράπεζες που πραγματοποιείται η συναλλαγή.

Βασικοί κίνδυνοι της κάρτας είναι να μην διασυρθούν τα στοιχεία – οι προσωπικοί αριθμοί που έχει η κάρτα στο μπροστινό μέρος της και στην πίσω πλευρά της, να μην δοθεί πουθενά ο προσωπικός κωδικός PIN και να μην κλαπεί η κάρτα.

Η διαφορά που έχουν η χρεωστική με την πιστωτική κάρτα δεν είναι στην εμφάνιση αλλά στον τρόπο λειτουργίας τους. Ένα παράδειγμα, αν κάνουμε αγορά με την χρεωστική κάρτα τότε το ποσό δεσμεύεται και αφαιρείται από τον λογαριασμό ενώ, αν γίνει η αγορά με την πιστωτική κάρτα τότε το ποσό συναλλαγής θα έρθει σε λογαριασμό κάθε τέλος του μήνα. ( Coolweb, 2021)

### 1.5.2 Προπληρωμένη κάρτα

Η **προπληρωμένη κάρτα ( PrepaidCard )** ή αλλιώς πιο γνωστή με το όνομα άυλη κάρτα , είναι παρόμοια με την χρεωστική κάρτα. Ο τρόπος λειτουργίας της είναι διαφορετικός. Δηλαδή, είναι ένας άδειος λογαριασμός και θα πρέπει ο χρήστης να φορτώσει ένα χρηματικό ποσό για να μπορεί να την χρησιμοποιήσει, δεν συνδέεται με κάποιον τραπεζικό λογαριασμό. Η προπληρωμένη κάρτα συνηθίζεται να χρησιμοποιείται για συναλλαγές στο διαδίκτυο. Ο χαρακτηρισμός της ως άυλη κάρτα, σημαίνει ότι μπορεί μέσω της τράπεζας να φτιαχτεί ένας ψηφιακός αριθμός και με τον αριθμό αυτόν, να πραγματοποιούνται οι συναλλαγές χωρίς, απαραίτητα να υπάρχει στην κατοχή του συνδρομητή μία πλαστική κάρτα. Η κάρτα αυτή επιβαρύνεται με προμήθεια από την εκδοτήρια τράπεζα.

Ένα παράδειγμα, σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας της προπληρωμένης κάρτας μετά την έκδοση της από την τράπεζα , είναι ότι μπορούμε να κάνουμε μία κατάθεση ενός ποσού για παράδειγμα 100 ευρώ , οπότε το υπόλοιπο της κάρτας είναι τα 100 ευρώ και αυτό το ποσό μπορούμε να το ξοδέψουμε για αγορές. Με αυτό τον τρόπο δεν υπάρχει κίνδυνος χρέωσης κάτι περισσότερο από τα 100 ευρώ.

Συνεπώς, η χρησιμότητα και οι λόγοι μίας προπληρωμένης κάρτας μπορεί να είναι:

- Καλύτερος έλεγχος των οικονομικών μας, χωρίς να παρασυρθούμε από άσκοπες δαπάνες
- Καλύτερη ασφάλεια, δηλαδή μειώνουμε τον κίνδυνο υποκλοπής και λάθος συναλλαγής γιατί, γνωρίζουμε το ακριβές ποσό της κατάθεσης μας
- Αποφυγή σύνδεσης με τραπεζικούς λογαριασμούς
- Πολλαπλή χρήση, δηλαδή όπως λειτουργεί μία χρεωστική ή πιστωτική κάρτα για αγορές στο διαδίκτυο (λιγότερο εκτεθειμένη σε προσωπικά δεδομένα) ή φυσικά καταστήματα

Οι προπληρωμένες κάρτες εκδίδονται στην χώρα μας και μπορούμε να τις προμηθευτούμε από:

- Τράπεζα Πειραιώς : Prepaid Reloadable Card, winbank WEBUY, Prepaid Gift Card, Prepaid VISA KEA
- Attica Bank: Gift Card Visa , Prepaid Card Visa
- Εθνική Τράπεζα: Prepaid VISA, Virtual Prepaid MasterCard, Prepaid Visa Κοινωνικής Αλληλεγγύης (ΚΑ), Cosmote Prepaid MasterCard, i-bank payband
- Alpha Bank: bleep (app), bleep Χαμόγελο Visa, Alpha Bank Prepaid MasterCard
- Eurobank: e-prepaid Visa

Η προπληρωμένη κάρτα για να εκδοθεί έχει προμήθεια αναλόγως με την τράπεζα, όπως επίσης υπάρχει χρέωση αν θα είναι άυλη, δηλαδή ένας ψηφιακός αριθμός ή αν θα είναι σε πλαστική μορφή κάρτας. ( Coolweb, 2021)

### 1.5.3 Πιστωτική κάρτα

Η **πιστωτική κάρτα ( CreditCard )** παρέχεται από τις τράπεζες στους συνδρομητές της, με σκοπό να τους δανείζει χρήματα. Είναι ένα εργαλείο, σε μορφή άμεσου δανείου

που εκδίδεται από την ίδια τη τράπεζα, για να το δίνει στους πελάτες της για τη προσωπική εξυπηρέτηση των πληρωμών σε αγαθά και υπηρεσίες. Τεχνικά, η πιστωτική κάρτα ταυτοποιείται από την υπογραφή του κατόχου με ψηφιακό μέσω των πληροφοριών όπως τα προσωπικά δεδομένα του πελάτη, τα οποία μπορεί να είναι : οι τραπεζικοί λογαριασμοί, ο αριθμός φορολογικού μητρώου (ΑΦΜ), ο αριθμός δελτίου ταυτότητας (ΑΔΤ), οι αναγραφόμενες κινήσεις – χρεώσεις τις οποίες πληρώνει περιοδικά ο κάτοχος της. Το επόμενο βήμα μετά την έκδοση της άυλης κάρτας είναι ο τρόπος παρακολούθησης της από τα ΑΤΜ, τα μηχανάκια POS και μέσω του διαδικτύου ( internetbanking ).

Το κέρδος και η χρησιμότητα της πιστωτικής κάρτας για τον κάτοχο της είναι η πληρωμή χωρίς, να χρεώνεται τόκους για ένα διάστημα με τα λεφτά από τη δανειζόμενη τράπεζα. Παρόλο αυτά όμως, κάθε τέλος του μήνα, θα πρέπει να γίνεται εξόφληση του ποσού χρέωσης του δανείου για να μην υπάρχουν επιβαρύνσεις. Συνοψίζοντας, η χρησιμότητα μίας πιστωτικής κάρτας αφορά τις αγορές που μπορεί κάποιος να κερδίσει μετρητά ως επιστροφή από διάφορες αγορές συνεργαζόμενων καταστημάτων, να έχει την δυνατότητα να μειώσει το κόστος κάποιου χρέους, όπως να μειωθούν οι τόκοι και να έχει επιβραβεύσεις για τις επόμενες αγορές.

Ο δανεισμός χρημάτων από μία τράπεζα μπορεί να είναι και μέσω του τρόπου λειτουργίας μίας πιστωτικής κάρτας. Για να εκδοθεί μία πιστωτική κάρτα θα πρέπει να ελεγχθεί το τραπεζικό ιστορικό του κάθε ενδιαφερόμενου. Αναλόγως, με τα αποτελέσματα θα μπορεί να προχωρήσει στην έκδοση της κάρτας. Στην περίπτωση που δεν καλύπτεται από το τραπεζικό ιστορικό του πελάτη τότε, θα ακολουθήσει μία ευνοϊκή πρόταση ή εναλλακτικά δεν θα πραγματοποιηθεί η έκδοση της κάρτας, δηλαδή θα απορριφθεί το αίτημα. Η πιστωτική κάρτα εφόσον εγκριθεί και παραδοθεί στον ενδιαφερόμενο καταναλωτή, θα έχει ένα πιστωτικό όριο το οποίο το διαμορφώνει η τράπεζα αναλόγως με την συμφωνία και το ιστορικό του εκάστοτε καταναλωτή. Αυτό σημαίνει, πώς ο πελάτης θα έχει την δυνατότητα να εξαντλήσει την κάρτα μέχρι το ποσό που έχει οριστεί.

Για να είναι αποτελεσματική η χρήση της πιστωτικής κάρτας θα πρέπει:

- η πιστωτική κάρτα να έχει ποσό κάτω του 30% της συνολικής πίστωσης
- πριν φτάσει στο όριο του ποσού, να έχει ολοκληρωθεί η πληρωμή
- να υπάρχει ένα περιθώριο τουλάχιστον έξι μηνών μεταξύ των αιτήσεων για νέα έκδοση κάρτας
- οι λογαριασμοί να πληρώνονται κάθε μήνα γιατί, αν απομείνει χρέος στη πιστωτική κάρτα θα έχει μεγαλύτερη τιμή και μπορεί να χαλάσει το πιστωτικό όριο
- έλεγχος ιστορικού κίνησης της κάρτας, τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα για τυχόν εντοπισμό κακόβουλης ή λάθος πληρωμής.(Καληνυκτάκης Α., 2017)

Βασικά μειονεκτήματα των πιστωτικών καρτών, που χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή από τους συνδρομητές :

- Ο συνδρομητής μίας πιστωτικής κάρτας, θα πρέπει να διαβάσει τους όρους χρήσης και λειτουργίας της έκδοσης κάρτας, να κατανοήσει τον τρόπο χρήσης της και να αποδεχτεί τους όρους. Εφόσον, κατανοήσει την σύμβαση που προτίθεται να υπογράψει ,τότε θα είναι και σε θέση να ασκήσει τα δικαιώματα αν κάπου χρειαστεί.
- Το πρώτο βήμα που θα πρέπει να κάνει ο συνδρομητής της κάρτας εφόσον, τη παραλάβει είναι να υπογράψει στο πίσω μέρος της έτσι ώστε, να διασφαλίσει την ταυτότητα του.
- Ως κάτοχος της κάρτας, πλέον συνδρομητής θα πρέπει να εξασφαλίσει την ασφάλεια της, χωρίς, να την δημοσιεύει ή να την δανείζει γιατί, αποτελεί προσωπικό αντικείμενο με προσωπικά δεδομένα.
- Οι αποδείξεις από τις πληρωμές της κάρτας θα πρέπει να μην πετιούνται αλλά να αποθηκεύονται ή να φυλάσσονται από τον χρήστη, για να ελέγχονται και να τακτοποιούνται οι χρεώσεις ειδάλλως, σε περίπτωση ύπαρξης αδικαιολόγητης χρέωσης τότε θα πρέπει να απευθυνθεί στη τράπεζα για να δοθεί η λύση.
- Η κάρτα θα πρέπει να φυλάσσεται από τον χρήστη χωρίς να αλλοιώνεται το προστατευτικό πλαστικό .

- Σε περίπτωση κλοπής της κάρτας, θα πρέπει άμεσα να καλέσει στο αρμόδιο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών της τράπεζας και να ακυρώσει την κάρτα.
- Σε περίπτωση που παρακρατηθεί από μηχανή ΑΤΜ η κάρτα, τότε ο κάτοχος άμεσα θα πρέπει να επικοινωνήσει με την τράπεζα.

Αν δεν χρησιμοποιηθούν σωστά οι πιστωτικές κάρτες μπορούν να είναι επικίνδυνες κατά την χρήση τους.

- Το ποσό κατά μήνα που έχει συμφωνηθεί από τον πελάτη και τη τράπεζα, θα πρέπει να μην ξεπεραστεί γιατί, θα αυξηθεί το ποσό από τους τόκους και θα αδυνατεί να το πληρώσει.
- Η σύμβαση που υπογράφει ο χρήστης, αναφέρεται στο προσωπικό κωδικό PIN. Θα πρέπει ο κάτοχος να μην αποκαλύπτει τον κωδικό. Αν συμβεί κάτι τέτοιο τότε σε επικοινωνία με την τράπεζα θα μπορεί να αλλάξει τον κωδικό.
- Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας από την πλευρά του χρήστη, είναι να μην αναγράφει ή να έχει την κάρτα του φακελωμένη με άλλα προσωπικά του αντικείμενα και στοιχεία, μέσω των οποίων μπορεί να αποκαλυφθούν προσωπικές πληροφορίες των στοιχείων του.
- Προτείνεται στον χρήστη να μην χρησιμοποιεί τα στοιχεία της κάρτας για συναλλαγές από απόσταση (μέσω τηλεφώνου, προώθηση στοιχείων μέσω mail κ.α.) όταν δεν θα είναι απόλυτα σίγουρος για την ασφάλεια της συναλλαγής. (Ρήγα Σ.)

Συμπερασματικά, υπάρχουν αρκετές πιστωτικές κάρτες στο εμπόριο και πολλές τράπεζες προσφέρουν προνομιακά επιτόκια, εκπτώσεις και διάφορα ήδη bonus σε συνεργασία με διάφορους ομίλους επιχειρήσεων.

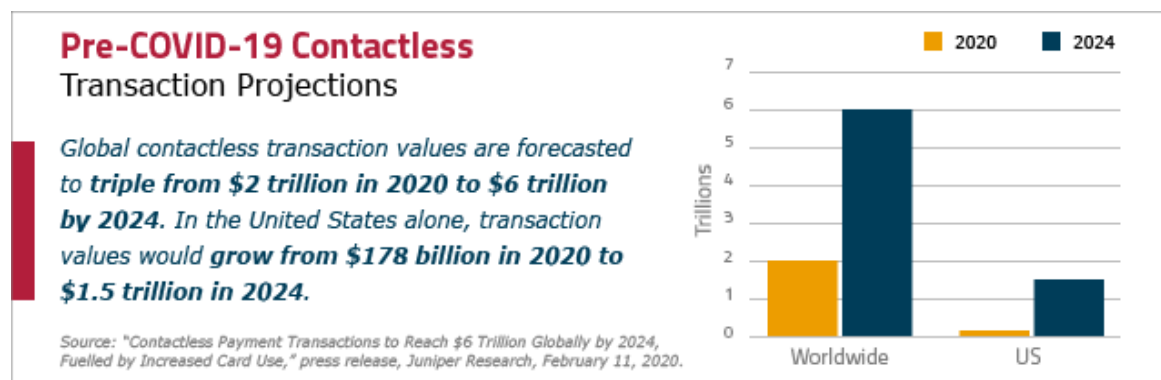
## 1.6 Τι είναι το MobilePayments

Το **MobilePayment** ή οι **πληρωμές μέσω κινητής τηλεφωνίας** είναι οι ρυθμιζόμενες συναλλαγές που πραγματοποιούνται μέσω μίας κινητής συσκευής ( smartphone ) , η οποία περιέχει ως μέλη της τα κινητά πορτοφόλια ( mobilewallets ) και τις μεταφορές χρημάτων μέσω κινητού ( mobilemoney ). Δηλαδή, αντί κάποιος να πληρώνει με μετρητά ή επιταγές ή φυσικές πιστωτικές κάρτες παίρνει τη θέση τους το mobilepayment , χωρίς να τα αναιρέσει αλλά για να βοηθήσει το κομμάτι της συναλλαγής με ψηφιακό ανέπαφο τρόπο.

Το **κινητό πορτοφόλι (mobilewallet)** είναι ένα ψηφιακό πορτοφόλι το οποίο το «κατεβάζει» ο χρήστης ως εφαρμογή στο έξυπνο κινητό νέας τεχνολογίας (smartphone). Η εφαρμογή συνεργάζεται με τις τράπεζες, όπου δίνεται η ασφάλεια στον χρήστη να περάσει τα προσωπικά τραπεζικά του δεδομένα, στη συνέχεια συνδέεται με τους τραπεζικούς λογαριασμούς των πιστωτικών ή χρεωστικών καρτών και τότε αντί, να χρησιμοποιεί τις κάρτες του, θα μπορεί να πραγματοποιεί τις αγορές μέσω της κινητής συσκευής του. Η εφαρμογή mobilewallet έχει την δυνατότητα να αποθηκεύσει πληροφορίες, για παράδειγμα ένας καταναλωτής μπορεί να έχει πάνω από δύο τραπεζικούς λογαριασμούς στην ίδια τράπεζα ή και σε άλλες με την χρήση της εφαρμογής, ο χρήστης τα μαζεύει όλα στο κινητό του και έτσι , μπορεί να μην χρειάζεται να «κουβαλάει» μαζί τους όλες τις κάρτες. Η τεχνολογία NFC μέσω του λειτουργικού της υποστηρίζει το mobilewallet στα περισσότερα σύγχρονα μοντέλα κινητής τηλεφωνίας. Υπάρχουν πολλές εταιρίες που συνεργάζονται με τις τράπεζες και δημιουργούν τις αντίστοιχες συμβατές εφαρμογές πληρωμών για κινητά (mobilepaymentsapps). Το ApplePayμε το λειτουργικό μοντέλο συσκευής iOS και το GooglePayμε το λειτουργικό μοντέλο συσκευήςAndroid είναι τα πιο γνωστά και καλύπτουν γνωστές εταιρείες LG, HYAWEI, NOKIA, XIAOMI, SAMSUNG, IOSAPPLEκ.α. ( TownSquare, 2017)

### 1.6.1 Έρευνα για τις ανέπαφες πληρωμές με τη χρήση του MobilePayment

Οι πληρωμές μέσω κινητού ή το MobilePayment θεωρείται ασφαλείς και γρήγορος τρόπος αποδοχής προσωπικών πληρωμών. Ο παγκόσμιος όγκος πληρωμών με τα κινητά προβλέπεται να αυξηθεί στα έξι τρισεκατομμύρια δολάρια έως το 2024.



**Πίνακας4: Pre-Covid-19 Contactless. Transaction Projections**

Στον Πίνακα 4, παρατηρείτε η αύξηση της χρήσης του mobilepayment για το έτος 2020 και η πρόβλεψη έως το 2024. Η αύξηση αυτή με βάση την JuniperResearch οφείλεται στην έρευνα τον Φεβρουάριο του 2020, όπου προέβλεπε ότι οι παγκόσμιες τιμές συναλλαγών που γίνονται ανέπαφα θα τριπλασιαστούν, από δύο τρισεκατομμύρια δολάρια που είναι για το έτος 2020 θα αυξηθούν σε έξι τρισεκατομμύρια δολάρια ως το έτος 2024. Μόνο για τις Ηνωμένες Πολιτείες οι τιμές των συναλλαγών αυξάνονται από 178 δισεκατομμύρια δολάρια για το έτος 2020 σε 1,5 τρισεκατομμύρια δολάρια ως το 2024. (SarahGrotta, 2020)

Συνοψίζοντας, για τις επιχειρήσεις είναι εξαιρετικά πολύτιμη η προσαρμογή στην τεχνολογία πληρωμών με κινητά ( mobilepayment ). Μέσω της κινητής συσκευής ( mobiledevice ) οι πληρωμές πραγματοποιούνται ψηφιακά και οι συναλλαγές είναι ρυθμιζόμενες. Γενικότερα παρατηρείται πως το mobilepayment έχει μέλλον ως προς την αύξηση της χρήσης του, λόγω της εύκολης χρήσης του και των βελτιωμένων λειτουργιών ασφαλείας που έχει.



## 1.7 Ποια είναι η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών

Σε αυτήν την επόμενη εποχή μετάβασης, θα δούμε συνεχή εστίαση στην ανάπτυξη κεφαλαίων για βιώσιμη ανάπτυξη στην παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας χαμηλών εκπομπών, μαζί με πολλές νέες πτυχές της παγκόσμιας ενεργειακής μετάβασης να προωθούνται ως προτεραιότητες που απαιτούν χρηματοδότηση. Αυτές οι νέες πρωτοβουλίες περιλαμβάνουν την ανάπτυξη της ηλεκτροκίνησης, τη δημιουργία υποδομών μεταφοράς και διανομής ενέργειας (συμπεριλαμβανομένης της αποθήκευσης σε κλίμακα δικτύου), μειώσεις εκπομπών σε τομείς υψηλών εκπομπών και έντασης ενέργειας όπως ο χάλυβας και το τσιμέντο και λύσεις φυσικού κλίματος.

Τα σημάδια αυτής της επόμενης εποχής είναι ήδη ορατά. Μαζί με τις συνεχείς επενδύσεις στην παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας, περιλαμβάνουν αυξημένη χρηματοδότηση για αναδυόμενες τεχνολογίες όπως η αποθήκευση υδρογόνου και δικτύου και τραπεζικές καινοτομίες που στοχεύουν στη χρηματοδότηση της μετάβασης με χαμηλές εκπομπές άνθρακα. Οι κορυφαίες παγκόσμιες τράπεζες και οι μικρότερες τοπικές τράπεζες αναπτύσσουν νέα προϊόντα, πλατφόρμες και σε ορισμένες περιπτώσεις, χωριστές οντότητες χρηματοδότησης σε όλους τους τομείς.

Η ανάπτυξη τροφοδοτήθηκε από τις αλλαγές πολιτικής, τις νέες τεχνολογίες και την αυξανόμενη εταιρική δυναμική. Ως αποτέλεσμα, οι τράπεζες ωριμάζουν από μια απλή κατανόηση της βασικής γραμμής στην εξερεύνηση με τους πελάτες των μοχλών για τη χρηματοδότηση μειωμένων εκπομπών στην πραγματική οικονομία.

**Αλλαγές πολιτικής.** Οι κρατικές επιχορηγήσεις, οι φορολογικές εκπτώσεις και οι εγγυήσεις, μεταξύ άλλων παρεμβάσεων, ξεκλειδώνουν τις δεξαμενές αξίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τραπεζικό λογαριασμό για να καταστεί δυνατή η μετάβαση με χαμηλές εκπομπές άνθρακα. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, για παράδειγμα, οι επεκτάσεις και οι αλλαγές σε προγράμματα φορολογικής πίστωσης βάσει του νόμου για τη μείωση του πληθωρισμού θα μπορούσαν σχεδόν να διπλασιάσουν τη νέα ηλιακή και αιολική δυναμικότητα έως το 2030.

**Η τεχνολογική καινοτομία επιτρέπει χαμηλότερο κόστος και αυξημένη ετοιμότητα.** Για παράδειγμα, το κόστος των μπαταριών ιόντων λιθίου έχει μειωθεί



κατά 97% από το 1991, δίνοντας ώθηση στην υιοθέτηση ηλεκτρικών οχημάτων (EVs) . Ο όγκος των δανείων EV για τις τράπεζες έχει ήδη τετραπλασιαστεί από το 2017 και αναμένεται να αυξηθεί κατά 24% ετησίως σε περισσότερα από 800 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2030, σύμφωνα με εκτιμήσεις του McKinseyCenter for FutureMobility.

**Οι εταιρείες περνούν από τις δεσμεύσεις στη δράση για την επιτάχυνση της απαλλαγής από τον άνθρακα.** Ορισμένες εταιρείες χρηματοδοτούν πιλοτικά και έργα αρχικά μέσω του δικού τους ισολογισμού, αλλά πολλές αναζητούν στους δανειστές και τις κεφαλαιαγορές να χρηματοδοτήσουν μεγαλύτερες επιχειρησιακές και στρατηγικές πρωτοβουλίες. Για παράδειγμα, η Σουηδική εταιρεία χάλυβα H2 GreenSteel ανακοίνωσε πρόσφατα υποστήριξη από ευρωπαϊκά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για χρηματοδότηση χρέους και μετοχικού κεφαλαίου ύψους 3,5 δισεκατομμυρίων ευρώ για μια σταθερή «πράσινη» χαλυβουργία υδρογόνου στη Σουηδία.

**Οι ρυθμιστικές αρχές εστιάζουν στο κλίμα και τη βιωσιμότητα.** Οι κανονισμοί και τα πρότυπα που επικεντρώνονται στη δημοσιοποίηση θα αυξήσουν την αυστηρότητα και τη διαφάνεια για τη χρηματοδότηση για το κλίμα και θα δημιουργήσουν περισσότερες δυνατότητες για τις τράπεζες να εντοπίσουν ευκαιρίες χρηματοδότησης. Για παράδειγμα, τον Μάρτιο του 2022, το InternationalSustainabilityStandardsBoard(ISSB) κυκλοφόρησε σχέδια παγκόσμιων προτύπων γνωστοποίησης που σχετίζονται με το κλίμα και τη βιωσιμότητα . Η Ευρωπαϊκή Ένωση και το Ηνωμένο Βασίλειο έχουν επίσης εισαγάγει νέες απαιτήσεις υποβολής εκθέσεων.

Οι ανάγκες χρηματοδότησης για μια καθαρή μηδενική μετάβαση θα μπορούσαν να υπερβούν τα 4,4 τρισεκατομμύρια δολάρια ετησίως έως το 2030, σύμφωνα με εκτιμήσεις της McKinsey . Οι τράπεζες βρίσκονται στην πρώτη γραμμή για να παρέχουν χρηματοδότηση και συμβουλευτική υποστήριξη για ένα ευρύ φάσμα ευκαιριών. Οι επενδύσεις καθαρής ενέργειας, για παράδειγμα, θα πρέπει να είναι τριπλάσιες σε επίπεδα του 2020 έως το 2030, ενώ οι επενδύσεις στην ηλεκτροκίνηση

της οδικής κινητικότητας θα πρέπει να αυξηθούν σε δέκα φορές τα επίπεδα του 2020 έως το 2030.

Στη μελέτη των πελατών αναφέρεται η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και ο τρόπος τους όταν επιθυμούν να πάρουν μία απόφαση για την αγορά ενός προϊόντος που θα ικανοποιήσει τις ανάγκες τους. Αφορά, μία μελέτη ενεργειών που ακολουθούν οι καταναλωτές και ο τρόπος ώθησης για αγορά και χρήση ορισμένων προϊόντων . Η κατανόηση της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι πολύ σημαντική για τους επαγγελματίες του μάρκετινγκ, καθώς τους βοηθά να σχετίζονται καλύτερα με τις προσδοκίες των καταναλωτών.

Για την κυκλοφορία νέων προϊόντων και είδη υπαρκτών προϊόντων, η σημασία και η κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι απαραίτητη για να πετύχει μια εταιρεία. Οι καταναλωτές έχουν διαφορετικές διαδικασίες σκέψεις και στάσεις απέναντι στην αγορά ενός συγκεκριμένου προϊόντος. Σε περίπτωση που μία εταιρεία, δεν μπορεί να κατανοήσει την αντίδραση ενός καταναλωτή απέναντι σε ένα προϊόν τότε η πιθανότητα αποτυχίας του προϊόντος είναι μεγάλη. Η συμπεριφορά των καταναλωτών αλλάζει λόγω της μεταβαλλόμενης τάσεις της μόδας, της τεχνολογίας, του τρόπου ζωής, του διαθέσιμου εισοδήματος και των παρόμοιων άλλων παραγόντων.

Η σημασία της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών είναι:

### **1. Διαφοροποίηση του καταναλωτή:**

Η διαφοροποίηση των καταναλωτών είναι ένας τρόπος για να διακρίνουμε έναν καταναλωτή από πολλούς άλλους καταναλωτές στο μάρκετινγκ. Ο σκοπός αυτός βοηθάει στη δημιουργία μίας ομάδας που μπορεί να αποτελεί στόχο από πλευράς των καταναλωτών με τον ίδιο ή παρόμοιο τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζει τους άλλους. Αν και υπάρχουν στοχευμένα δημογραφικά στοιχεία πελατών στις επιχειρήσεις μπορεί να δει τις παραλλαγές ανάμεσα σε μεμονωμένους πελάτες. Όταν ένας έμπορος γνωρίζει τη διαφοροποίηση κάθε ομάδας καταναλωτών, μπορεί να σχεδιάσει μια ξεχωριστή στρατηγική μάρκετινγκ. Η διαφοροποίηση των καταναλωτών βοηθάει την προσαρμογή στην στρατηγική για τις ανάγκες των διαφόρων ομάδων πελατών. Μόλις ολοκληρωθεί η διαφοροποίηση των καταναλωτών, μπορεί να επεκτείνετε το πλάτος

και το εύρος των υπηρεσιών. Τότε , θα είναι η εταιρεία σε θέση να εξυπηρετήσει αποτελεσματικά μια ευρύτερη ομάδα ανθρώπων.

## **2. Διατήρηση Καταναλωτών:**

*«Η συμπεριφορά των καταναλωτών είναι πολύ σημαντική για τους επαγγελματίες μάρκετινγκ στις επιχειρηματικές μελέτες, καθώς ο κύριος στόχος είναι η δημιουργία και η διατήρηση πελατών» λέει ο καθηγητής, Theodore Levitt (Kumar, 2004)*

Μέσω της κατανόησης και της προσοχής στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή , γίνεται η επανάληψη αγοράς ενός προϊόντος και μέσω αυτού η διατήρηση των υπαρχόντων πελατών.

## **3. Σχεδιασμός σχετικού προγράμματος μάρκετινγκ:**

Η κατανόηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών επιτρέπει τη δημιουργία της αποτελεσματικής στρατηγικής μάρκετινγκ. Κάθε καμπάνια μπορεί να μιλήσει συγκεκριμένα σε μια ξεχωριστή ομάδα καταναλωτών με βάση τη συμπεριφορά τους. Για παράδειγμα, όταν θέλουμε να αγοράσουμε παιχνίδια, ρούχα ή οτιδήποτε άλλο για ένα παιδί , θα πρέπει να στοχεύσουμε και να δώσουμε προσοχή στις τηλεοπτικές διαφημίσεις, στα σχολικά προγράμματα και σε διάφορες σελίδες στο διαδίκτυο που στοχεύουν την προσοχή μίας μητέρας. Θα χρειαστεί να ακολουθήσουμε διαφορετικές προσεγγίσεις ανταλλαγής μηνυμάτων, για διαφορετικές ομάδες καταναλωτών. Μια μελέτη, σχετικά με την συμπεριφορά των καταναλωτών, δίνει τη δυνατότητα σε επαγγελματίες που ασχολούνται με το μάρκετινγκ, να κατανοήσουν τι παρακινεί τους καταναλωτές να κάνουν αγορές.

## **4. Πρόβλεψη της τάσης της αγοράς:**

Για τις αλλαγές στις τάσεις της αγοράς η ανάλυση της συμπεριφοράς των καταναλωτών θα είναι η πρώτη που θα παρουσιαστεί με έμμεσο τρόπο. Για παράδειγμα, η πρόσφατη προτίμηση των καταναλωτών είναι προς τον εύκολο τρόπο διατροφής και ποιότητας. Αυτή η μεταβαλλόμενη τάση της αγοράς, παρατηρήθηκε από πολλές μάρκες- επωνυμίες κατά τη διάρκεια μιας μελέτης που διεξήχθη χρησιμοποιώντας 128.000 κριτικές πελατών. Ένα ακόμη παράδειγμα, αφορά το

χρονικό διάστημα του καλοκαιριού πολλές εταιρείες δεν προτίθενται να σπαταλήσουν τους πόρους της παραγωγής τους για ένα προϊόν το οποίο δεν το αναζητά ο κόσμος και δεν πωλείται τη συγκεκριμένη περίοδο.

### **5. Διαγωνισμός:**

Ένας από τους πιο σημαντικούς λόγους για να μελετήσει κάποιος τη συμπεριφορά των καταναλωτών είναι να βρει απαντήσεις σε μερικές από τις παρακάτω ερωτήσεις:

- Ένας πελάτης μιας Α' εταιρείας μπορεί να αγοράζει προϊόντα από έναν ανταγωνιστή της εταιρείας Α';
- Γιατί, ένας καταναλωτής αγοράζει από τον ανταγωνιστή της εταιρείας Α' και δεν καλύπτεται από την ίδια την εταιρεία;
- Ποια είναι τα χαρακτηριστικά που προσελκύουν έναν καταναλωτή στα προϊόντα ενός ανταγωνιστή, από την εταιρεία Α';
- Ποια είναι τα κενά, που εντοπίζουν οι καταναλωτές σε προϊόντα, ανάμεσα σε εταιρείες που είναι ανταγωνιστές;

Η μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών, διευκολύνει την κατανόηση και την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού. Με βάση τις προσδοκίες των καταναλωτών, η εταιρείες μπορεί να προσφέρουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

### **6. Καινοτομία νέων προϊόντων:**

Πολλά νέα προϊόντα και νέες ιδέες καταλήγουν σε αποτυχία ή πτώχευση. Ένας από τους πιο σημαντικούς τρόπους είναι η διεξαγωγή μιας σωστής και στοχαστικής μελέτης συμπεριφοράς του καταναλωτή.

### **7. Παραμείνετε σχετικοί στην αγορά**

Ο κόσμος μεταβάλλεται και αλλάζει πολύ γρήγορα και η μεγαλύτερη πρόκληση που αντιμετωπίζει είναι να παραμείνει στον αρχικό στόχο του, στην αρχική επιλογή του.

Ο κύριος λόγος που γίνονται οι διαρκείς αλλαγές, οφείλονται στις ραγδαίες μεταβαλλόμενες συμπεριφορές των πελατών. Οι σημερινοί καταναλωτές έχουν

μεγαλύτερες επιλογές και ευκαιρίες, πράγμα που σημαίνει ότι μπορούν εύκολα να στραφούν σε μια εταιρεία που προσφέρει καλύτερα προϊόντα και υπηρεσίες.

## **8. Βελτίωση της Εξυπηρέτησης Πελατών**

Οι καταναλωτές απαιτούν διαφορετικά επίπεδα εξυπηρέτησης πελατών και η κατανόηση των διαφορών στη βάση των πελατών θα βοηθήσει στην καλύτερη επίλυση μίας μεμονωμένης ανάγκης.

Καταλήγοντας, η ανάλυση της συμπεριφοράς του καταναλωτή έχει αναδειχθεί ως σημαντικό εργαλείο για την κατανόηση των πελατών. Εξετάζοντας την ψυχολογία των καταναλωτών και τις δυνάμεις πίσω από την αγοραστική συμπεριφορά των πελατών, οι εταιρείες μπορούν να δημιουργήσουν νέα προϊόντα και εκστρατείες μάρκετινγκ και να αυξήσουν την κερδοφορία. Οι εταιρείες, πρέπει να μιλούν με τους καταναλωτές, να δίνουν προσοχή σε περιπτώσεις που δεν είναι ευχαριστημένοι οι καταναλωτές και να προσδιορίζουν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών τους. (Cloutrack, 2023 )

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Τα μέσα ηλεκτρονικής πληρωμής και τα τεχνικά χαρακτηριστικά τους

### 2.1 Ποιος ο ρόλος της τεχνολογίας

Η κατασκευή του MobilePayment διευκολύνει της συναλλαγές στο εμπόριο για το κομμάτι των πληρωμών. Με την καθημερινή ανάπτυξη της τεχνολογίας, πολλές κατασκευαστικές εταιρίες ασχολήθηκαν και εκμεταλλεύτηκαν το γεγονός, ότι οι περισσότεροι άνθρωποι ασχολούνται με το κινητό το μεγαλύτερο μέρος της μέρας, για αυτό και δημιούργησαν αντίστοιχες εφαρμογές για να «λύσουν» τα χέρια των πολιτών με το να δημιουργήσουν τις εφαρμογές για να διαχειρίζονται τους τραπεζικούς λογαριασμούς.

#### 2.1.1 Πληρωμές με την τεχνολογία RFID και NFC

Ο ηλεκτρολόγος μηχανικός Charles Walton, από το 1983 εφηύρε την συσκευή αναγνώρισης ραδιοσυχνοτήτων ( RFID ) και ο ίδιος είναι και ο εφευρέτης του Mobile Payments. Η βάση και η εξέλιξη των περισσότερων πληρωμών μέσω των κινητών συσκευών οφείλονται στον μηχανισμό του RFID. Η πιο νέα τεχνολογία βασισμένη στην RFID όπως προαναφέρθηκε είναι η NearFieldCommunication ( NFC ). Η NFC είναι ένα τσιπάκι , το οποίο θα πρέπει να υπάρχει και στις δύο συσκευές. Επιπροσθέτως , το NFC Mobilepayments λειτουργεί με δύο τρόπους :

- η μονόδρομη επικοινωνία ( onewaycommunication), είναι ο πρώτος τρόπος που αφορά μία τροφοδοτούμενη συσκευή, η οποία αναγνωρίζει το τσιπάκι της NFC και στη συνέχεια πραγματοποιείται η χρηματική συναλλαγή.
- η αμφίδρομη επικοινωνία ( twowaycommunication ), είναι ο δεύτερος τρόπος που δίνει την δυνατότητα στις συσκευές να μεταφέρουν εκτός, από εικόνες, βίντεο και χρήματα και άλλα δεδομένα , αρχεία που μπορεί να περιέχει ένα κινητό σε συσκευές όπως tablet, smartwatch και άλλες παρόμοιες συσκευές. (Emerchantpay, 2019)

### 2.1.2 Τύποι πληρωμών mobilepayment

Βασισμένη στην τεχνολογία της NFC, που είναι βασική αιτία κατασκευής και άλλων παραπλήσιων τύπων πληρωμών mobilepayment. Παρακάτω ακολουθούν οι τύποι:

Πληρωμές MagneticSecureTransmission ( MST ): η μαγνητική ασφαλής μετάδοση MST λειτουργεί σχεδόν το ίδιο με την NFC. Η MST στις πληρωμές της δημιουργεί μαγνητικά σήματα, για να φέρει σε επικοινωνία τις δύο συσκευές για παράδειγμα , mobilewallet και POS .

Πληρωμές με βάση τα ηχητικά σήματα – Soundwavesbasedpayments : οι πληρωμές μέσω mobilepayments με βάση το ηχητικό σήμα, επιτρέπουν τις ανέπαφες πληρωμές μέσω των mobilepayments μέσω ηχητικών κυμάτων. Οι συναλλαγές υποβάλλονται σε επεξεργασία μέσω ηχητικών κυμάτων, που περιέχουν κρυπτογραφημένα δεδομένα πληρωμής.

Πληρωμές με κωδικό ( QR ) - Quickresponsecodepayments: Το 1994, δημιουργήθηκαν οι πληρωμές με κώδικα γρήγορης απόκρισης (QR) , για την ιαπωνική αυτοκινητοβιομηχανία που έχει ως σήμα το εμπορικό matrixbarcode, για αυτό και πήρε το όνομα QRcode. Ο τρόπος επαφής μέσω του QR – code είναι να σκανάρουμε την οθόνη της κινητής μας συσκευής από το σημείο που είναι η κάμερα ή η οθόνη, με την δεύτερη συσκευή. Κατά συνέπεια, είναι και η εξέλιξη της καθημερινότητας η μέθοδος πληρωμής μέσω του mobilepayment. (Emerchantpay, 2019 )

### 2.1.3 IRISOnlinepayments

Η υπηρεσία **IRISonlinepayments – ηλεκτρονικό κατάστημα** αφορά την διαδικτυακή πληρωμή που δίνει τη δυνατότητα στον πληρωτή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος να ολοκληρώσει τις αγορές του, με χρέωση του τραπεζικού λογαριασμού μέσω του e-banking της τράπεζας. Η υπηρεσία λειτουργεί για όλες τις τράπεζες Πειραιώς, AlphaBank , Eurobank , Εθνική Τράπεζα.

Ο τρόπος λειτουργίας του IRISonlinepayments πραγματοποιείται με τα εξής βήματα:

1. Επιλογή της υπηρεσίας IRISonlinepayments ως τρόπο πληρωμής
2. Επιλογή της τράπεζας που συνεργαζόμαστε για να μεταφερθούμε στο περιβάλλον του e-banking
3. Συμπληρώνουμε τους προσωπικούς κωδικούς του e-banking και κάνουμε «Είσοδο» , τότε θα εμφανισθούν οι λεπτομέρειες της πληρωμής
4. Συμφωνώντας με την ολοκλήρωση της πληρωμής γίνεται η μεταφορά πίστωσης από τον τραπεζικό λογαριασμό μας

Στην συνέχεια το περιβάλλον που εμφανίζεται είναι το μήνυμα για την επιβεβαίωση της συναλλαγής. Αν υπάρξει πρόβλημα με την συναλλαγή τότε απευθυνόμαστε στην τράπεζα. ( ΔΙΑΣ, 2021 και Τράπεζα Πειραιώς, 2020 )

Επιλέγοντας την υπηρεσία IRIS onlinepayments χρησιμοποιείτε για τις online αγορές σας, το αξιόπιστο και ασφαλές περιβάλλον της δικής σας τράπεζας:

- Με ελεγχόμενη πρόσβαση στο λογαριασμό πληρωμών σας.
- Με διασφάλιση του απορρήτου των πληρωμών σας.
- Με προστασία των ευαίσθητων δεδομένων των πληρωμών. (ΔΙΑΣ ,2021 )

#### **2.1.4 Μηχανήματα Αυτόματων πληρωμών – APS – easy pay – ΚΑΣ**

Τα **Μηχανήματα Αυτόματων πληρωμών - APS - easy pay – Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών ( ΚΑΣ )** έχουν κατασκευαστεί για πληρωμές και καταθέσεις μετρητών όπως και πιο ειδικές συναλλαγές ( έκδοση παραβόλων) . Η διαδικασία της χρήσης των μηχανημάτων, τα οποία συναντάμε συνήθως στο εσωτερικό των τραπεζών, είναι αρκετά εύκολη για να εξυπηρετεί όλο το κοινό. Ο πελάτης μπορεί να εισάγει μετρητά ή τραπεζικές κάρτες στο μηχάνημα. Τα μηχανήματα APS – easy pay – ΚΑΣ δημιουργήθηκαν για να καλύπτουν όλη την Ελλάδα και να βοηθήσουν την διαδικασία της αναμονής στα φυσικά καταστήματα και μη. ( Πειραιώς, 2020 και Eurobank, 2021)

Τι μπορούμε να κάνουμε με τα μηχανήματα APS – easy pay – ΚΑΣ :



- Πληρωμές λογαριασμών πιστωτικών καρτών ίδιας τράπεζας αλλά και άλλων τραπεζών
- Εξοφλήσεις λογαριασμών δημοσίων φορέων, εταιρειών τηλεφωνίας
- Καταθέσεις μετρητών σε τραπεζικούς λογαριασμούς ίδιας τράπεζας αλλά και άλλων τραπεζών
- Καταβολές δόσεων δανείου της ίδιας τράπεζας όχι, άλλης
- Φόρτιση Προπληρωμένης κάρτας, ίδιας τράπεζας όχι, άλλης
- Αγορές χρόνου ομιλίας
- Έκδοση παραβόλων για δημόσιους φορείς

( Πειραιώς , 2020 )

Τα μηχανήματα, δίνουν τη δυνατότητα συναλλαγής λίγων λεπτών αποφεύγοντας την αναμονή των ταμείων – γκισέ των τραπεζών. Δίπλα στα μηχανήματα, βρίσκεται πάντα ένας εκπρόσωπός από την τράπεζα, έτοιμος να καθοδηγήσει εάν χρειαστεί βοήθεια κάποιος πελάτης. Ο σχεδιασμός των μηχανημάτων αποτελείται από:

- Οθόνη αφής , με απλές οδηγίες ως προς την πλοήγηση της επιλογής
- Barcodescanner , για λογαριασμούς και οφειλές μπορείτε να τους πληρώνετε χωρίς να πληκτρολογείτε τα στοιχεία τους, π.χ. λογαριασμούς ΔΕΚΟ , ασφαλιστικά ταμεία , δάνεια, ασφάλιστρα κ.α. Χρησιμοποιώντας το σκάνερ σαρώνεται το barcode του λογαριασμού ή της ειδοποίησης που έχετε λάβει και τα στοιχεία της πληρωμής συμπληρώνονται αυτόματα.
- Δέχονται όλα τα χαρτονομίσματα και κέρματα από 10 λεπτά έως 2 ευρώ
- Αναγνωρίζουν τα πλαστά χαρτονομίσματα
- Σε περίπτωση που πρέπει να πάρετε ρέστα τα μηχανήματα δίνουν ρέστα μέχρι 10 ευρώ σε κέρματα.
- Εκδίδουν απόδειξη συναλλαγής με όλα τα δικαιολογητικά (ημέρα, ώρα, ποσό, κ.α.) ισοδύναμη των ταμείων της κάθε τράπεζας
- Πραγματοποιείται η καταγραφή της συναλλαγής σε πραγματικό χρόνο (Πειραιώς 2020 και Eurobank 2021)

Τέλος, τα μηχανήματα APS – easy pay – ΚΑΣ παρέχουν την ασφάλεια ως προς την πλαστότητα των χαρτονομισμάτων , σε περίπτωση καταχώρησης λάθους εισαγωγής στοιχείων το μηχάνημα σας προειδοποιεί για να γίνει ο επανέλεγχος, αν προχωρήσει

η διαδικασία τότε θα πρέπει να επικοινωνήσετε με τον αρμόδιο υπάλληλο της τράπεζας.

Επίσης, στο διάστημα της πανδημίας οι τράπεζες για να μπορούν να ταυτοποιήσουν τον πελάτη τους για τις συναλλαγές που πρόκειται να κάνει χρήζει αναγκαίο να χρησιμοποιεί την τραπεζική του κάρτα από την ίδια την τράπεζα.

### **2.1.5 Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή ή Μηχανήματα Αυτόματης Συναλλαγής ( ATM )**

Αυτόματη Ταμειολογιστική Μηχανή ή Μηχανήματα Αυτόματης Συναλλαγής ( Automatedtellermachine , ATM ) είναι ηλεκτρονικά μηχανήματα που δίνουν στους πελάτες ενός χρηματοπιστωτικού ιδρύματος τη δυνατότητα ολοκλήρωσης – ανάθεσης οικονομικών συναλλαγών σε δημόσιο χώρο χωρίς, την απαραίτητη παρέμβαση τραπεζικών υπαλλήλων ή λειτουργίας - ωραρίου της τράπεζας.

Συνήθως τα ATM τα χρησιμοποιούμε για να κάνουμε αναλήψεις μετρητών, έλεγχο στις κινήσεις του λογαριασμού όπως και πληρωμές ή καταθέσεις λογαριασμών. Σε κάθε περίπτωση για να μπορέσουμε να κάνουμε τις αντίστοιχες ενημερώσεις και συναλλαγές θα πρέπει να τοποθετούμε την τραπεζική μας κάρτα για να γίνεται ο απαραίτητος έλεγχος της ταυτοποίησης των στοιχείων μας.

Το πλεονέκτημα του ATM είναι πως όπου και αν βρισκόμαστε είτε στην Ελλάδα είτε στο εξωτερικό μπορούμε να κάνουμε αναλήψεις μετρητών, αρκεί το ATM που επισκεπτόμαστε να υποστηρίζει το διεθνές σχήμα της κάρτας μας πχ VISA , MasterCard.α Στην προκειμένη περίπτωση αν το ATM δεν είναι της τράπεζας μας αλλά άλλης τράπεζας τότε υπάρχει αντίστοιχη προμήθεια της συναλλαγής, αναλόγως με την τράπεζα. Ακόμη, αν βρισκόμαστε στο εξωτερικό και το ATM υποστηρίζει την τραπεζική κάρτα μας , σε περίπτωση που η χώρα που επισκεφθήκαμε έχει άλλο νόμισμα από ότι το ευρώ , τότε το μηχανήμα αυτόματα μετατρέπει τα χρήματα - νόμισμα με την χονδρική τιμή του συναλλάγματος.

Στα πιο σύγχρονα ATM, ο πελάτης εξατομικεύεται με την αναγνώριση της μαγνητικής ταινίας ή του τσιπ της τραπεζικής κάρτας κατά την εισαγωγή στο

μηχάνημα, η οποία περιέχει ένα μοναδικό αριθμό και κάποιες επιπλέον πληροφορίες για την ασφάλεια της συναλλαγής και της ταυτοποίησης ( πχ ημερομηνία λήξης της κάρτας και ο κωδικός CVV στο πίσω μέρος της κάρτας) . Βασικό χαρακτηριστικό είναι και ο προσωπικός κωδικός ( PIN ) για την πρόσβαση και ολοκλήρωση της συναλλαγής.

## **2.2 Περιγραφή πληρωμών δυνατότητας μέσω διαδικτύου για κινητά (WAP) και εφαρμογών**

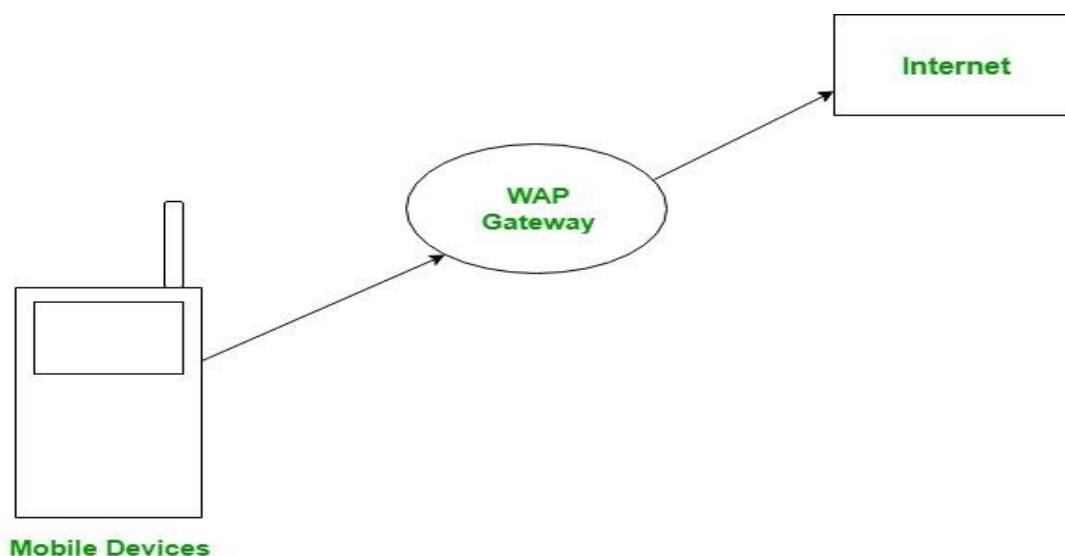
Οι πληρωμές μέσω κινητού έχουν φέρει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις σκέφτονται τη διαδικασία πληρωμής. Υπάρχουν δύο πλευρές ως προς την πληρωμή, η μία πλευρά έχει ταχύς και πρακτικούς τρόπους πληρωμής και η άλλη πλευρά ακολουθεί πιο ασφαλείς επικυρωμένους τρόπους επεξεργασίας πληρωμών. (TownSquare, 2017)

Τα δεδομένα της πιστωτικής κάρτας του πελάτη, δεν αποθηκεύονται στα τερματικά POS του εμπορίου. Κατά την εξέλιξη της συναλλαγής, δημιουργείται ένας κωδικός που μπορεί να αποσταλεί μέσω OTA (OverTheAir) ή και χειροκίνητα από τον καταναλωτή.

Το WAP( WirelessApplicationProtocol ) σημαίνει πρωτόκολλο ασύρματης εφαρμογής. Είναι σχεδιασμένο για μικρο-προγράμματα περιήγησης και επιτρέπει την πρόσβαση στο διαδίκτυο στις κινητές και φορητές συσκευές (smartphones, tablets, smartwatch κ.α.)

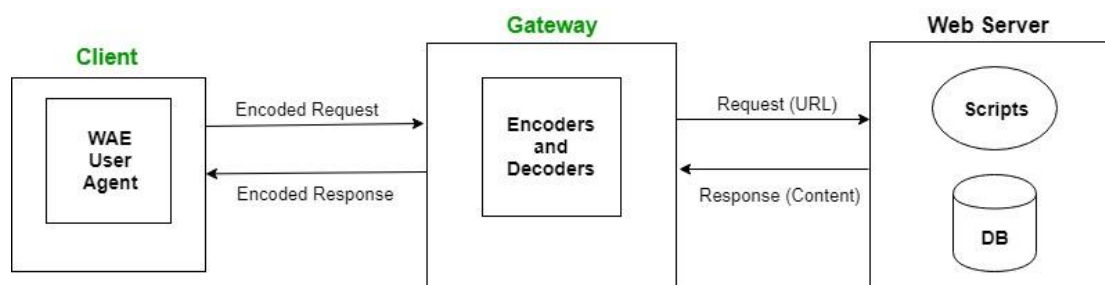
Ένα παράδειγμα πως λειτουργεί το πρωτόκολλο WAP.

Πίνακας 5: Χρησιμοποιώντας το πρωτόκολλο WAP , ο χρήστης ανοίγοντας την εφαρμογή της φορητής συσκευής αναζητεί τον ιστότοπο που επιθυμεί και με αυτό τον τρόπο στέλνει την κωδικοποιημένη αίτηση URL μέσω δικτύου σε μια πύλη WAP.



**Πίνακας 5: Τρόπος μεταφοράς δεδομένων μέσω WAP**

Πίνακας 6: Μέσω της πύλης WAP μεταφράζεται το αίτημα WAP σε URLHTTP και το στέλνει μέσω του διαδικτύου. Μόλις φτάσει το αίτημα στον διακομιστή Web, τότε γίνεται η επεξεργασία του αιτήματος και στέλνει την απόκριση πίσω στην κινητή συσκευή μέσω της πύλης WAP σε αρχείο WML όπου μπορεί να δει την εφαρμογή. (GeeksforGeeks, 2019)



**Πίνακας 6: Μεταφορά δεδομένων**

Συμπερασματικά, οι διαδικτυακές επιχειρήσεις πρέπει να διασφαλίζουν ότι ο ιστότοπος τους είναι φιλικός προς τα κινητά και τις φορητές συσκευές. Η εκτενής χρήση πιστωτικών και χρεωστικών καρτών για τις αγορές , έχει αποδείξει τη δυνατότητα μείωσης της χρήσης των μετρητών για τις συναλλαγές.

### **2.3 Συμπεράσματα**

Συνοψίζοντας, η ανάπτυξη και η ταχύτητα της τεχνολογίας με τον εύκολο τρόπο που «διαφημίζεται» και δίνει την πρόσβαση σε όλο το κοινό , θεωρείται ένας ισχυρός λόγος για τον οποίο το πλήθος αποδέχεται της πληρωμές μέσω κινητού. Οι περισσότερες επιχειρήσεις , όπως και οι καταναλωτές δέχονται τη μέθοδο πληρωμής γιατί, θεωρείται απλή και ασφαλής.

### **2.4 Η εξέλιξη των ψηφιακών συναλλαγών και ο επηρεασμός στην Ελλάδα**

Με βάση τη μελέτη του Φραγκούλη Ν. η οποία αφορά την εξέλιξη των ψηφιακών συναλλαγών, διαπιστώθηκε ποσοστό 60% των πολιτών ότι προτιμούν τις τραπεζικές εφαρμογές τουλάχιστον μία φορά την βδομάδα , ενώ ποσοστό της τάξεως του 24% κάνει χρήση μία φορά την ημέρα.

Η εξοικονόμηση χρόνου καθορίστηκε ως βασικός λόγος χρήσης με ποσοστό 69%. Με ποσοστό 65% ο καταναλωτής οποιαδήποτε στιγμή επιθυμεί έχει τη δυνατότητα να κάνει άμεση συναλλαγή όπου και αν βρίσκεται. Εφαρμόζεται, καλύτερος έλεγχος στις αγορές με ποσοστό 55% ενώ, η ευκολία της διαχείρισης των οικονομικών παρουσιάζεται με ποσοστό 47%. Τα αποτελέσματα της μελέτης έδειξαν ότι η ψηφιακή πρόοδος αποτελεί ένα από τα τρία κριτήρια επιλογής μίας τράπεζας με ποσοστό 58%. Η αξιοπιστία της τράπεζας αναφέρεται με ποσοστό 63% και τέλος, ο

δείκτης που εκφράζει το οικονομικό όφελος που παρέχει στους καταναλωτές έχει ποσοστό 59%.

Παρόλα αυτά, στην Ευρώπη η απότομη άνοδος των τραπεζικών συναλλαγών μέσω του διαδικτύου εμφάνισε σημαντικά προβλήματα. Με ποσοστό 77%, οι ευρωπαίοι καταναλωτές αντιμετώπισαν προβλήματα κατά την διάρκεια της συναλλαγής γιατί δεν υπήρξε έγκαιρη ταυτοποίηση ορισμένων συναλλαγών όπως και η καταγραφή τους στο ιστορικό των εφαρμογών. Παρουσιάστηκε έλλειμμα εμπιστοσύνης και αμφισβήτηση των συναλλαγών εξαιτίας των προβλημάτων με τις συναλλαγές προς τα τραπεζικά συστήματα. (Φραγκούλη Ν., 2021)

Σε 10 ευρωπαϊκές χώρες, ανάμεσα τους και η Ελλάδα, υλοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2020, η έρευνα της Mastercard η οποία έδειξε πως αρκετοί καταναλωτές έχουν έρθει αντιμέτωποι με τις καθυστερήσεις αναγνώρισης των χρεώσεων τους, από τις συναλλαγές που έχουν γίνει είτε, μέσω των καρτών τους είτε, μέσω των κινητών τηλεφώνων σε διάφορα καταστήματα και συναλλαγές μέσω δικτύου , με συνέπεια να αισθάνονται ότι παραβιάζονται τα προσωπικά τους δεδομένα, είτε από τις τράπεζες, είτε από τους εμπόρους.

Με γνώμονα των αποτελεσμάτων που καταγράφηκαν παραπάνω, ανακοινώθηκαν τα ποσοστά των συναισθημάτων των καταναλωτών

- ✓ Αυτοί που παρουσίασαν άγχος έχουν ποσοστό 42%
- ✓ Αυτοί που ενοχλήθηκαν είναι με δείκτη 30%
- ✓ Αυτοί που έχουν σύγχυση έχουν ποσοστά 15%
- ✓ Οι ανήμποροι- εκτεθειμένοι στο να ανταπεξέλθουν στα προβλήματα έχουν δείκτη 12%

Με ποσοστό 35% από έρευνες που πραγματοποιήθηκαν αμφισβητούν τις συναλλαγές , ενώ το 6 % επικοινωνούν με τις επιχειρήσεις όπου πραγματοποιήθηκε η συναλλαγή. Στη συνέχεια οι μελέτη έδειξε πως οι Βούλγαροι, οι Έλληνες ,οι Ουκρανοί και οι Ρουμάνοι είναι από τους πρώτους που θα καταγγείλουν το πρόβλημα χωρίς, να προβούν σε προσωπικό έλεγχο των συναλλαγών τους. Με ποσοστό 77% οι πελάτες έχουν έντονα παράπονα από τις τράπεζες και ζητούν την αμφισβήτηση της χρέωσης των συναλλαγών. Συχνά, τα παράπονα και οι καταγγελίες είναι αδικαιολόγητα γιατί,

διαπιστώνεται πως με ποσοστό 30% , μετά από ελέγχους από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που περίπου διαρκούν δύο βδομάδες, διαπιστώνεται πως οι καταναλωτές έχουν ξεχάσει την συναλλαγή τους. Επίσης, ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 10% δίνει τα τραπεζικά στοιχεία ή την τραπεζική κάρτα σε οικεία μέλη , οι οποίοι προβαίνουν σε διάφορες πληρωμές και ξεχνούν να ενημερώσουν τον κάτοχο .

Οι συμμετέχοντες της έρευνας, προτάθηκαν να δώσουν λύσεις στα παραπάνω προβλήματα και οι απαντήσεις που έδωσαν, είναι να υπάρχει περισσότερη και άμεση πληροφορία, με λεπτομέρειες στο ιστορικό των συναλλαγών, για να μπορούν πιο γρήγορα να θυμούνται και να ταυτοποιούν την συναλλαγή. Ακόμη, ζητήθηκε η τοποθεσία όπου πραγματοποιήθηκε η συναλλαγή με ποσοστό 44%, η επωνυμία του εμπόρου με ποσοστό 67% και τέλος, το λογότυπο της επιχείρησης με ποσοστό 31%.

Εν κατακλείδι, βασικό είναι πως με ποσοστό 41% ,θα υπάρχει εμπιστοσύνη και θα γίνεται έλεγχος των πληρωμών. Οπότε, διαπιστώνεται και η ταυτοποίηση της συναλλαγής με ποσοστό 48% και για τον πωλητή και για τον αγοραστεί. Οι καταναλωτές σύμφωνα με τις παραπάνω πληροφορίες γλιτώνουν την ανησυχία για τις συναλλαγές που έχουν πραγματοποιηθεί, όπως και μειώνονται τα έξοδα των τραπεζών από τα λειτουργικά κόστη. (Φραγκούλη Ν., 2021)

## **2.5 Η χρήση των Mobilepayments και των μικροσυναλλαγών στην σημερινή κοινωνία**

### **2.5.1 Έρευνα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας για την χρήση μικροσυναλλαγών**

Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα στις 15 Σεπτεμβρίου 2017 δημοσίευσε για την Ελλάδα μέσω έρευνας, η οποία αφορούσε τις μικροσυναλλαγές πληρωμών χωρίς τη χρήση μετρητών για το έτος 2016. Διαπιστώθηκε λοιπόν, ότι για το 2016 , οι μικροσυναλλαγές ήταν σε ύψος 642 εκατομμύρια, αντίθετα από το έτος 2015 όπου

υπήρξε αύξηση κατά 210 εκατομμύρια στις 60 συναλλαγές ανά κάτοικο. Δηλαδή, η χώρα μας ανερχόταν με συνολικό ποσοστό στα 79.1%. Σε ποσοστό 16.8% βρισκόταν η χρήση των επιταγών με τιμές στα 107,9 δισεκατομμύρια ευρώ. Ενώ, οι άμεσες χρεώσεις των υπηρεσιών είχαν ποσοστά 1,6 % ή 10,2 δισεκατομμύρια ευρώ. Η έρευνα έδειξε πως οι αγορές με πιστωτικές κάρτες για την Ελλάδα ήταν στα 15,4 δισεκατομμύρια ευρώ με ποσοστό στα 2,4%. ( Ελληνική Ένωση Τραπεζών, 2017)

### **2.5.2 Έρευνα της Maru-Matchbox για την χρήση ηλεκτρονικών αγορών**

Έρευνα που διεξάχθηκε από τη Maru–Matchbox το 2018, αφορούσε την άποψη των καταναλωτών σχετικά με τις ηλεκτρονικές αγορές. Με ποσοστό 52 % για την Ελλάδα, η έρευνα έδειξε πως οι καταναλωτές συνηθίζουν να κάνουν μία αναζήτηση στο διαδίκτυο στις σελίδες των καταστημάτων πρώτου πραγματοποιήσουν την αγορά κάποιου προϊόντος. Κατά συνέπεια, ποσοστό της τάξης του 61% αναλογίζεται την αύξηση για την ηλεκτρονική αγορά για την επόμενη 5ετία, ως εκ τούτου ένα άλλο ποσοστό με 78% σκέφτεται, να μειώσει ή να παραμείνει στα ίδια επίπεδα προχωρώντας σε φυσικές αγορές με μετρητά. ( VISA,2021)

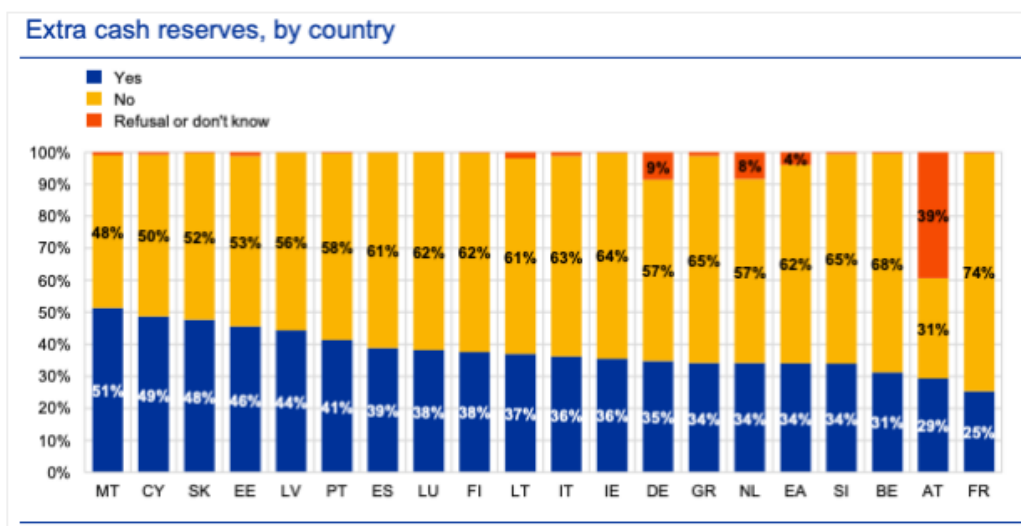
### **2.5.3 Έρευνα από μέλος της MasterCard σχετικά με τις προτιμήσεις πληρωμών**

Στις 9 Μαΐου 2021 , δημοσιεύτηκε έρευνα που πραγματοποίησε η Mastercard σχετικά με την διαπίστωση της προτίμησης των καταναλωτών ως προς την επιλογή του τρόπου συναλλαγής. Ανέφερε πως στον δυτικό κόσμο μετά την πανδημία, ενισχύθηκαν οι ανέπαφες πληρωμές φθάνοντας το 92%. Το ποσοστό αυτό, αντιπροσωπεύει και την χώρα μας με αριθμό 93% όπου, μας δείχνει πως οι ανέπαφες πληρωμές προτιμώνται από τον κόσμο. (ΑΠΕ-ΜΠΕ, 2021 )



## 2.5.4 Έρευνα από την ΕΚΤ για την χρήση των μετρητών

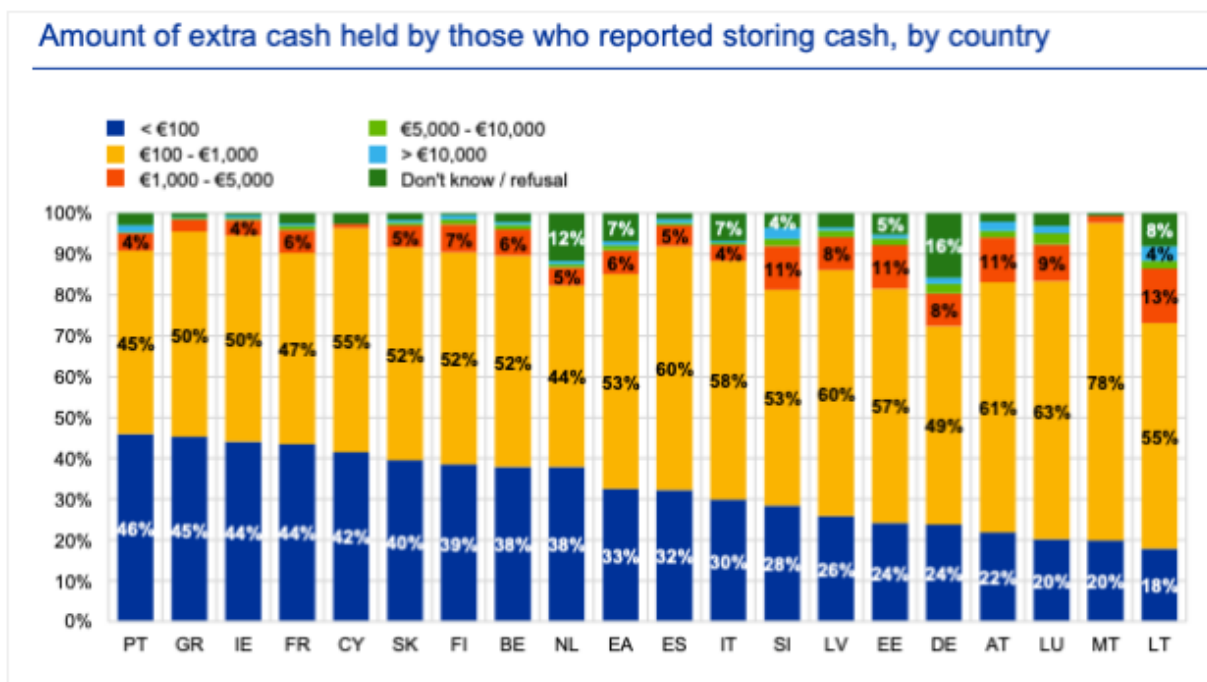
Σε δειγματοληπτική έρευνα της ΕΚΤ για τις συνήθειες πληρωμών, που έγινε για την Ελλάδα διαπιστώθηκε σημαντική μείωση της χρήσης των μετρητών , των επιταγών όπως και των αναλήψεων από τα ΑΤΜ, παρόλα αυτά η έρευνα μας δείχνει ότι ένα μεγάλο ποσοστό προτιμά να χρησιμοποιεί το μετρητό για συγκεκριμένες πληρωμές. Στα σημεία πώλησης όπως σε φυσικά καταστήματα οι προσωπικές πληρωμές (P2P) τα 3/5 της αξίας ολοκληρώνεται με μετρητά, ενώ τα 2/5 πραγματοποιείται μέσω ηλεκτρονικών πληρωμών (κάρτες , internetbanking κ.α.). Συμπερασματικά , πάνω από τη μισή αξία των συνολικών συναλλαγών εξακολουθεί να πραγματοποιείται με μετρητά , παρόλο που οι online συναλλαγές και οι κάρτες αντιπροσωπεύουν το 90% των συναλλαγών.



Πίνακας 7: Επιπλέον αποθέματα μετρητών ανά χώρα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 7, διαπιστώνεται πως ένας στους πέντε Έλληνες προτιμά να πληρώνει το ενοίκιο, το δάνειο και τους λογαριασμούς κοινής ωφέλειας με μετρητά. Ενώ , το ποσοστό τέσσερις στους πέντε , πληρώνουν τους λογαριασμούς μέσω πάγιων εντολών ή κάνουν πληρωμές με τις χρεωστικές τους κάρτες.

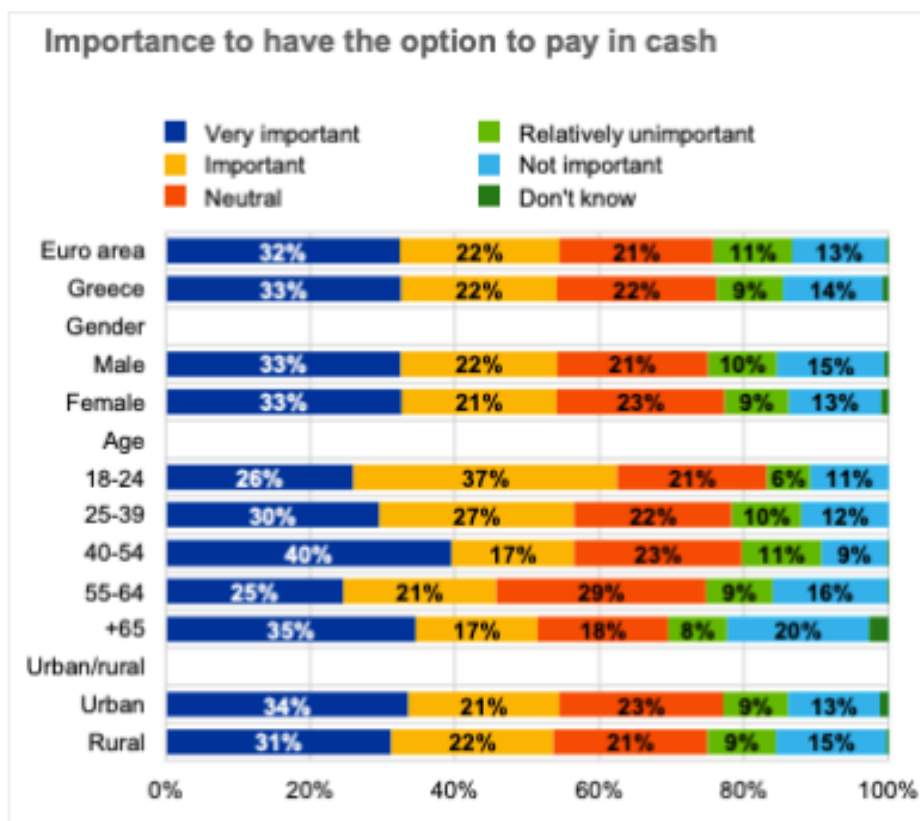
Στην συνέχεια της έρευνας παρατηρούμε πως ένας στους τρεις Έλληνες κρατάει μετρητά στο σπίτι ως ασφάλεια για οποιοδήποτε ενδεχόμενο.



Πίνακας 8: Ποσά μετρητών που υπάρχουν στα σπίτια ανά χώρα

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8, παρατηρούνται για την χώρα μας που έχουν μετρητά στο σπίτι, το ποσοστό 50% είναι μέχρι 100 και με ποσοστό 45% είναι μέχρι 1000 ευρώ. Ακόμη, βλέπουμε πως υπάρχει ένα ποσοστό 5% με μεγαλύτερα ποσά.

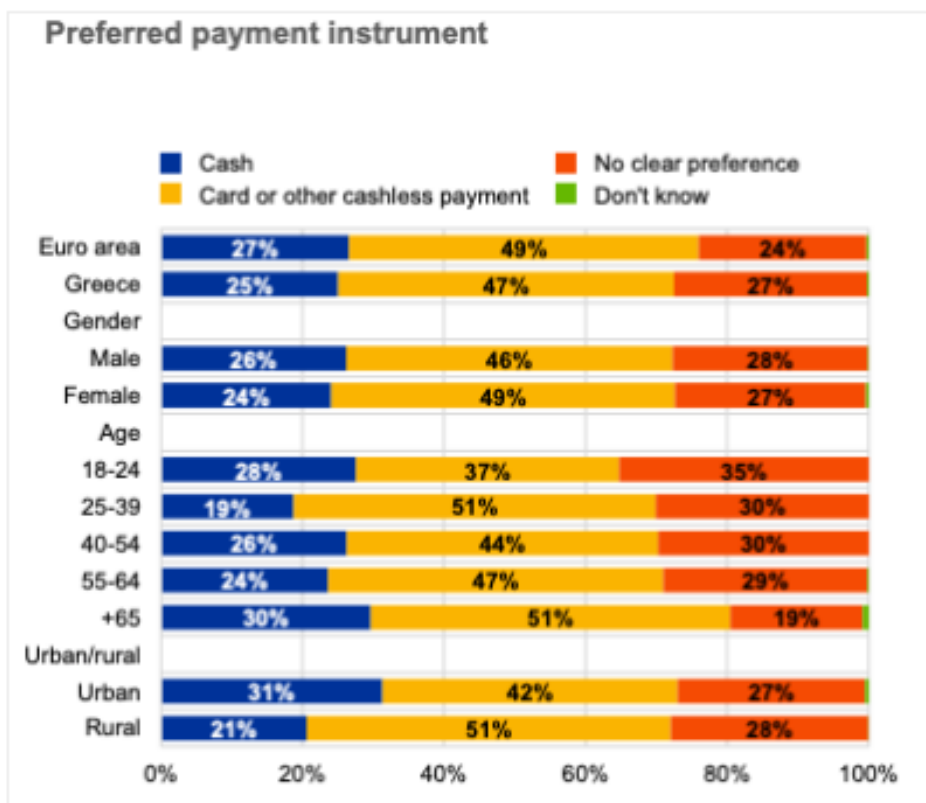
Στην συνέχεια της έρευνας, διαπιστώθηκε από απαντήσεις που δόθηκαν με γνώμονα την ηλικία, ότι οι συναλλαγές με μετρητά είναι απαραίτητες.



**Πίνακας 9: Η δυνατότητα πληρωμής με μετρητά αποτελεί σημαντικό παράγοντα**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 9, το ποσοστό 57% που αφορά ηλικίες 40 με 45 ετών επιθυμούν να χρησιμοποιούν τα μετρητά. Για τις ηλικίες 55 με 64 ετών το ποσοστό είναι στο 46% και με ποσοστό 52% θεωρείται απαραίτητο η χρήση των μετρητών για τις ηλικίες 65 ετών άνω.

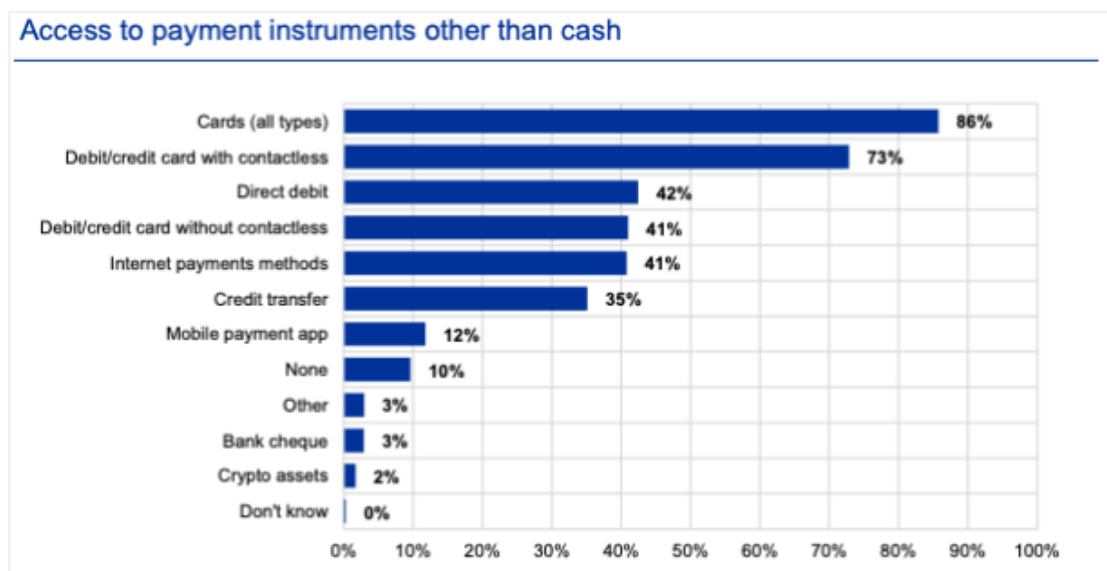
Η έρευνα στην συνέχεια μας δείχνει ότι στις ηλεκτρονικές πληρωμές οι Έλληνες προτιμούν να γίνεται η συναλλαγή ανέπαφα



**Πίνακας 10: Προτιμώμενος τρόπος πληρωμής**

Σύμφωνα με τον Πίνακα 10, εκτός από την απαραίτητη χρήση των μετρητών, για τις ηλεκτρονικές συναλλαγές και όπου μπορεί να γίνει πληρωμή με ανέπαφη πληρωμή, οι Έλληνες προτιμούν να κάνουν τις συναλλαγές τους με χρεωστικές ή πιστωτικές κάρτες, με ποσοστό 90%. Η πάγια εντολή, σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη για τους Έλληνες, φτάνει το ποσοστό του 50%.

Στον Πίνακα 11, έχουμε τις προτιμήσεις πληρωμών εκτός μετρητών και ηλεκτρονικών πληρωμών.



**Πίνακας 11: Πληρωμές εκτός μετρητών**

Από τον Πίνακα 11, για τα ΑΤΜ, η έρευνα έδειξε για την Ελλάδα πως είναι χρήσιμα για τις ηλικίες άνω των 55 ετών , εφόσον ο μέσος όρος χρημάτων ανά ανάληψη είναι στα 120 ευρώ.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 8, για τα κρυπτονομίσματα, η έρευνα για την Ελλάδα με ποσοστό 2% του δείγματος που αφορά τις ηλικίες 18 ως 39 ετών έδειξε ότι δεν το προτιμούν. Τα ποσοστά χρήσης του κρυπτονομίσματος στην Ευρώπη για το ίδιο δείγμα ηλικιακά είναι μεγαλύτερα, με την Κύπρο και την Γερμανία να είναι ισόποσες με ποσοστό 7% .

Τα συμπεράσματα από την παραπάνω έρευνα που έγινε για το διάστημα 2019 αλλά τα στοιχεία επεξεργάστηκαν και δημοσιεύτηκαν τον Δεκέμβριο 2020 με Ιανουάριο 2021, αναφέρουν την αλλαγή των προτιμήσεων των καταναλωτών σχετικά με τους τρόπους επιλογής για τις συναλλαγές τους. Την περίοδο που ξεκίνησε η πανδημία , οι

συναλλαγματικές συμπεριφορές αλλάζουν ανάλογα με τις συνθήκες. Παραμένει ίδια η επιλογή να υπάρχουν μετρητά ως ασφάλεια στο σπίτι , να γίνονται οι πληρωμές σε φυσικά καταστήματα με μετρητά ή να πραγματοποιούνται προσωπικές πληρωμές. Επίσης, σημαντική αύξηση υπάρχει στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Αυτό φαίνεται κυρίως στη πανδημία με τα lockdown να έχουν αυξήσει τη χρήση των ψηφιακών μέσων πληρωμών, ειδικότερα μέσω των κινητών τηλεφώνων (smartphone – mobilepayment) . (Στεργίου Λ., 2021)

### **2.5.5 Συμπεράσματα των ερευνών, για τη χρήση του MobilePayment και των μικροσυναλλαγών**

Μέσω των ερευνών που έχουν γίνει και αναφερθεί παραπάνω , οι οποίες αφορούν την κοινωνία μας, παρατηρείται ότι ως λαός η Ελλάδα, εξελίσσεται και δραστηριοποιείται με τις προτάσεις της προχωρημένης τεχνολογίας. Παρατηρώντας, τις αυξήσεις που έχουν επιταχύνει τις αλλαγές στον τομέα των πληρωμών διεθνώς αλλά και ειδικότερα για την χώρα μας , μπορεί να οφείλεται σε αντίδραση φόβου μετά από τις πρόσφατες παγκόσμιες αλλαγές που επηρέασαν το κομμάτι της υγείας μας. Επιπλέον , το mobilepayment αναγνωρίζεται από τους πολίτες ως εναλλακτικό κανάλι διανομής της τράπεζας η οποία μέσω διαδικτύου εξελίσσεται.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Αποτρεπτικοί παράγοντες στη χρήση των μέσων ηλεκτρονικής πληρωμής

### 3.1 Κίνδυνοι και απάτες

Όσο το τραπεζικό σύστημα αναπτύσσεται με τα μέσα της τεχνολογίας , για να βοηθήσει την κοινωνία να μπορεί να κινείται με πιο γρήγορους ρυθμούς σχετικά με τις συναλλαγές, τόσο παίρνουν προβάδισμα οι επιτήδριοι για να εξαπατήσουν την πολιτεία και να εκμεταλλευτούν την άγνοια των πολιτών.

Οι απατεώνες έχουν εξελίξει τεχνολογικά τις μεθόδους τους και έχουν ως στόχο να ξεγελάσουν τους ανυποψίαστους πολίτες, με ευάλωτο στόχο τα παιδιά και τους ηλικιωμένους. Οι πολίτες ως γενικό κανόνα θα πρέπει να είναι πιο πονηρεμένοι με τα θέματα που αφορούν τα προσωπικά τους δεδομένα και φυσικά , τα τραπεζικά εφόσον αφορούν τους κόπους μας, ως απαραίτητο αγαθό. Οπότε, θα πρέπει με μεγάλη προσοχή να δίνουν τους τραπεζικούς κωδικούς στα διάφορα μηνύματα που λαμβάνουν είτε είναι ηλεκτρονική αλληλογραφία, είτε γραπτά μηνύματα στο κινητό όπως και σε εφαρμογές που «κατεβάζουμε» στα smartphone , smartwatch, tablet, υπολογιστές κ.α. να υποπτεύονται τα περιεχόμενα με τις αποστολές κειμένων και ιστοσελίδων (link) και να μην παρακινούνται με το κείμενο της ειδοποίησης αν πρώτα δεν είναι σίγουρη από πού προέρχεται.

Παρακάτω, μέσω δημοσιευμάτων θα δούμε κάποιους από τους πιο συχνούς τρόπους απάτης των τραπεζικών συναλλαγών.

#### 3.1.1 Ιστορική αναδρομή ηλεκτρονικού εγκλήματος

Το πρώτο καταγεγραμμένο Ηλεκτρονικό Έγκλημα καταγράφηκε το 1820, όταν ο Γάλλος υφαντουργός Joseph – MarieJacquard κατασκεύασε ένα εργαλείο αργαλειού. Η κίνηση αυτή δημιούργησε ανησυχία στο προσωπικό του και φοβήθηκαν μήπως χάσουν την εργασία τους. Οι εργάτες της επιχείρησης για να εξασφαλίσουν την παραμονή τους και να «διώξουν» την υποτιθέμενη απειλή της νέας κατασκευής λόγω

της τεχνολογίας, προκαλούσαν συχνά δολιοφθορές στο μηχάνημα για να φαίνεται προβληματικό και να σταματήσει η λειτουργία του.

Το 1994 οι Forester και Morrison όρισαν το Ηλεκτρονικό Έγκλημα ( ComputerCrime) σαν «μια εγκληματική πράξη στην οποία ο ηλεκτρονικός υπολογιστής χρησιμοποιείται ως κυριότερο μέσο τέλεσης της» .

Σήμερα μπορούμε να θεωρήσουμε το ηλεκτρονικό έγκλημα ως μία μορφή εγκλήματος –δολοπλοκίας – απάτης που διαπράττεται με τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών, κινητού τηλεφώνου, notepadκλπ. Στην αγγλική ορολογία το ηλεκτρονικό έγκλημα περιγράφεται ως εξής: e –crime, cybercrime, computer – crime, internetrelatedcrimeκαι hitech – crime.Στην ελληνική ορολογία χρησιμοποιούμε, το ηλεκτρονικό έγκλημα, δικτυακό έγκλημα και έγκλημα κυβερνοχώρου.

Συνεπώς, θα μπορούσαμε να ορίσουμε το Ηλεκτρονικό Έγκλημα ως παράνομη δραστηριότητα που για να την διάπραξη κάποιος αλλά και να την αντιμετωπίση απαιτείται η τεχνολογική γνώση. ( Ηλεκτρονικό Έγκλημα, 2021 )

Τα γνήσια ηλεκτρονικά εγκλήματα αποτελούνται από:

1. Phishingή «ψάρεμα» προσωπικών δεδομένων
2. Hacking ή cracking, η χωρίς νόμιμη εξουσιοδότησή εισόδων σε υπολογιστές
3. Spamming, ανεπιθύμητη αλληλογραφία
4. Κακόβουλο λογισμικό
5. Επιθέσεις άρνησης εξυπηρέτησης
6. Επιθέσεις σε διαδικτυακούς τόπους
7. Πειρατεία ονομάτων χώρου
8. Πειρατεία λογισμικού
9. Υποκλοπή αρχείων υπολογιστή , κινητών συσκευών κ.α.



### 3.1.2 Επίθεση ηλεκτρονικού «ψαρέματος» - phishing

Με τον όρο ηλεκτρονικό ψάρεμα (phishing) περιγράφεται η προσπάθεια που καταβάλλει κάποιος όταν με διάφορους τρόπους προσπαθεί να αποσπάσει από εσένα προσωπικά σου στοιχεία στο διαδίκτυο. Συνήθως γίνεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail ) στον φάκελο με την ανεπιθύμητη αλληλογραφία ( spammail) και ο πραγματικός αποστολέας δεν είναι αυτός που φαίνεται.

Κυρίως λοιπόν, από το διάστημα της πανδημίας οι περισσότεροι άνθρωποι εργάζονται από το σπίτι μέσω των υπολογιστών τους και αναγκάζονται να επισκέπτονται το περιβάλλον της εργασίας τους, το περιβάλλον της τράπεζας τους και γενικότερα να κάνουν διάφορες αναζητήσεις στο διαδίκτυο.

Από έρευνες που έχουν γίνει φαίνεται πως οι κυβερνοεγκληματίες εκμεταλλεύονται την κατάσταση αυτή με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι επιθέσεις ηλεκτρονικού «ψαρέματος» - phishing. Οι επιτήδειοι , εκμεταλλεύονται το γεγονός αυτό, στέλνουν στις αλληλογραφίες διάφορα μηνύματα με κείμενα από τράπεζες, συνοδευόμενα από υπερσυνδέσμους - link , με αποτέλεσμα ο παραλήπτης εν αγνοία του να ανοίγει τον σύνδεσμο και έτσι να «πέφτει» θύμα υποκλοπής των προσωπικών του δεδομένων. Εκτός από την αλληλογραφία , πλέον το phishing έχει πάρει μεγαλύτερη έκταση γιατί, πλέον στέλνουν διάφορα μηνύματα και στα κινητά τηλέφωνα , τις εφαρμογές όπως viber και όπου μπορεί ο ανυποψίαστος πολίτης να έχει επικοινωνία με το δίκτυο. ( Τζαμαρέλος, 2021)

Οι επιθέσεις phishing αυξάνονται ραγδαία και με έξυπνο τρόπο. Σύμφωνα με έρευνες, ο ρυθμός εξάπλωσης τους διπλασιάζεται μέσα σε ένα εξάμηνο. Οι έρευνες κατέγραψαν τα αποτελέσματα του phishing , τα οποία οφείλονται:

- 90% των χρηστών μπορεί να παραπλανηθούν από μια καλή phishing ιστοσελίδα
- 1 στους 4 χρήστες δεν κοιτάζει τις ενδείξεις ασφαλείας που υπάρχουν σε ένα webbrower, όπως η διεύθυνση της ιστοσελίδας, η γραμμή κατάστασης του browser

- Περίπου 1 στους 2 χρήστες e-banking χρησιμοποιούν τους ίδιους κωδικούς για όλες τις ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες που χρησιμοποιούν σε όλες τις τράπεζες (Καραγεώργου Ε., 2023)

Μια κοινή επιχείρηση μεταξύ της Εσθονίας, της Λιθουανίας και της Ρουμανίας, με την υποστήριξη της Europol οδήγησε στη διάλυση μιας οργανωμένης εγκληματικής ομάδας που εμπλέκεται σε απάτη, ηλεκτρονικό ψάρεμα και ξέπλυμα χρήματος. Η έρευνα έχει αποκαλύψει μέχρι στιγμής ότι το εγκληματικό δίκτυο έκλεψε περισσότερα από 200.000 ευρώ από σχεδόν 600 θύματα, 500 από την Εσθονία και 100 από τη Λιθουανία. Οι ζημιές θα μπορούσαν να ήταν μεγαλύτερες αν δεν είχαν οι τράπεζες της Εσθονίας και της Λιθουανίας να επισημάνουν ύποπτες μεταφορές συνολικού ύψους σχεδόν 450.000 ευρώ. Η τρέχουσα εξέταση των αποδεικτικών στοιχείων δείχνει μια μεγαλύτερη κλίμακα εγκληματικών δραστηριοτήτων με πιθανά θύματα και σε άλλες χώρες. (Europol, 2020)

### 3.1.3 Απάτες με εφαρμογή πληρωμών ( P2P )

Η πανδημία του Covid-19 έχει αλλάξει πολλές από τις συνήθειες μας, συμπεριλαμβανομένων των τρόπων πληρωμής. Οι καταναλωτές έχουν τρομοκρατηθεί θα λέγαμε και προτιμούν όλο και περισσότερο να κάνουν ανέπαφες πληρωμές για να προστατέψουν τον εαυτό τους. Ως αποτέλεσμα η χρήση των εφαρμογών peer – to – peer (P2P) για κινητές πληρωμές να αυξάνεται. Η P2P χρησιμοποιείται κυρίως στην Αμερική.

Οι εφαρμογές P2P έχουν σχεδιαστεί για να απλοποιούν τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές μεταξύ των ανθρώπων που γνωρίζουν και εμπιστεύονται ο ένας τον άλλον. Για παράδειγμα, η αποστολή πληρωμών λογαριασμών κοινής ωφέλειας σε συγγάτοικο κ.α. Οι περισσότερες από τις εφαρμογές P2P προειδοποιούν ρητά τους καταναλωτές να αποφεύγουν τη χρήση πληρωμών P2P για την αγορά αγαθών ή υπηρεσιών. Ακόμη και μια νόμιμη συναλλαγή μπορεί να πάει στραβά με την εισαγωγή λανθασμένου αριθμού τηλεφώνου ή με λανθασμένη ορθογραφία του ονόματος του παραλήπτη, με αποτέλεσμα τα χρήματα να πηγαίνουν σε λάθος άτομο. Μόλις μεταφερθούν τα κεφάλαια, τα χρήματα είναι πιθανό να χαθούν. Ορισμένοι απατεώνες ζητούν ψεύτικες φιλανθρωπικές δωρεές χρησιμοποιώντας

εφαρμογές P2P. Οι τράπεζες ενημερώνουν τους καταναλωτές πριν κάνουν συναλλαγή με την εφαρμογή P2P, να πραγματοποιείται πάντα έλεγχος στον παραλήπτη.

Ακολουθούν μερικά ακόμη βήματα που βοηθούντην αποφυγεί της απάτης όταν χρησιμοποιούμε εφαρμογές πληρωμών:

- Πρέπει να γίνεται έλεγχοςστις πολιτικές προστασίας της εφαρμογής
- Πρέπει να συνδέομαι την εφαρμογή μεταφοράς χρημάτων με μια πιστωτική κάρτα και όχι, με μία χρεωστική ή τον τραπεζικό σας λογαριασμό. Μία πιστωτική κάρτα παρέχει πρόσθετη προστασία σε περίπτωση που δεν λαμβάνουμε τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που έχουμε αγοράσει.
- Να είμαστε προσεκτικοί σε κάθε επιχείρηση που δέχεται μόνο εφαρμογές πληρωμών P2P ή προπληρωμένες χρεωστικές κάρτες
- Πάντα να επαληθεύετε τις πληροφορίες του παραλήπτη πριν πραγματοποιήσετε οποιαδήποτε πληρωμή.
- Δεν πρέπει να στέλνουμε πληρωμές P2P - ή δεχόμαστε πληρωμές από - κάποιον που δεν γνωρίζουμε.
- Να δημιουργείτε ισχυρούς κωδικούς ασφαλείας που θα πρέπει να τους ανανεώνεται συχνά και να μην επιλέγεται τις αυτόματες συνδέσεις.
- Να μην δίνετε ποτέ προσωπικές πληροφορίες μέσω τηλεφώνου. Οι νόμιμες λειτουργίες υποστήριξης πελατών δεν ζητούν τα στοιχεία του τραπεζικού σας λογαριασμού.
- Εάν λάβετε μια απροσδόκητη ερώτηση από κάποιον που λέει ότι εκπροσωπεί μια εταιρεία ή μια κρατική υπηρεσία, κλείστε το τηλέφωνο και καλέστε τον αριθμό τηλεφώνου στη δήλωση του λογαριασμού σας, στον τηλεφωνικό κατάλογο ή στον ιστότοπο της εταιρείας ή της κρατικής υπηρεσίας για να επαληθεύσετε την επαλήθευσητης κλήσης – τον λόγο της επικοινωνίας .

(FederalCommunicationCommision ,2021)

### 3.1.4 Απάτες με ψεύτικες- δόλιες εκδόσεις πιστωτικών καρτών

Οι δόλιες συναλλαγές με πλαστικό χρήμα έφθασαν τα 31 δισεκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως το 2020. Αύξηση τις απάτης με διάφορες μορφές παρατηρούμε το τελευταίο διάστημα όλο και πιο συχνά καθώς κάνουμε συναλλαγές με πιστωτικές κάρτες. Οι μέθοδοι που ανιχνεύουν τις παράνομες - ψεύτικες συναλλαγές που εξετάζουν τους ύποπτους κρίνονται ανεπαρκείς και κοστοβόρες. Η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης αντικαθιστά τις μεθόδους ανίχνευσης των παράνομων – ψεύτικων συναλλαγών που εκδίδονται από πλαστές πιστωτικές κάρτες. Οι λόγοι αυτής της κατάκτησης είναι δύο:

- Η ταχύτητα ανίχνευσης μέσω ελέγχου εκατομμυρίων συναλλαγών την ώρα
- Το συγκριτικά πολύ χαμηλότερο κόστος για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που εκδίδουν τις πιστωτικές κάρτες.

Στην Ευρώπη, η λειτουργία του Ενιαίου Χώρου Πληρωμών σε ευρώ ( SEPA ) έχει βοηθήσει τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις με την χρήση των σωστών καρτών και τις πληρωμές μέσω αυτών. Από έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί το 2018 , φαίνεται για το διάστημα του 2016, πως η συνολική αξία των συναλλαγών με κάρτες έφτασε στα 4,38 τρισεκατομμύρια ευρώ, τα οποία εκδόθηκαν μέσω του SEPA και προβλέπεται να διπλασιαστεί έως το 2025. Συνεπώς, το αυξανόμενο ύψος της απάτης δείχνει ότι υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης στον έλεγχο σχετικά με την προστασία της αποφυγής των παράνομων συναλλαγών μέσω της έκδοσης των ψεύτικων πιστωτικών καρτών.

Σύμφωνα με το δημοσίευμα , η ανίχνευση των ψεύτικων συναλλαγών είναι ένα πολύ δύσκολο κομμάτι για να την αναλάβουν γιατί, σε δείγμα απάτης αντιπροσωπεύουν μόνο 1 στις 5000 συναλλαγές. Αυτό οφείλεται, στην στρατηγική των ξαφνικών αλλαγών που ακολουθούν οι απατεώνες. Σημαντικός παράγοντας, είναι το κόστος της λάθος ανίχνευσης που δεν είναι συμμετρικό. Δηλαδή, το κόστος από μία παράνομη συναλλαγή μπορεί στο τραπεζικό σύστημα να φαίνεται νόμιμη και να μην την «παγώσουν» , ενώ στην πραγματικότητα είναι παράνομη, και μία συναλλαγή που μπορεί να έχει πραγματοποιηθεί αληθινά να φαίνεται ως ψεύτικη και να την αφήσει η

τράπεζα να προχωρήσει στην μεταφορά χρημάτων. Η τράπεζα από την πλευρά της δεν «παγώνει» εγκαίρως την παράνομη συναλλαγή για να μην δυσανασχετήση τον πελάτη. Η τράπεζα θεωρεί πως αν ενημερώνει τον πελάτη της σχετικά με τις απάτες που πραγματοποιούνται στις συναλλαγές τους εγκαίρως, τότε θα τους χάσει από πελάτες με κίνδυνο τη συγκέντρωση δυσμενούς δημοσιότητας αλλά και ζημίας της ίδιας της τράπεζας και των επιχειρήσεων.

Για τον λόγο αυτό, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα δυσκολεύονται να καθορίσουν την ασύμμετρη απώλεια κάθε περίπτωσης. Επιπροσθέτως, οι ηλεκτρονικοί απατεώνες γνωρίζουν τον τρόπο αντιμετώπισης από την πλευρά των τραπεζών σε περιπτώσεις κακόβουλων συναλλαγών και για αυτό οι περισσότερες απάτες που πραγματοποιούνται φαίνονται ως νόμιμες και όχι, ως παράνομες.

Για να μπορεί να λειτουργεί το σύστημα αποτελεσματικά, η αντίδραση σε μία ψεύτικη – παράνομη συναλλαγή θα πρέπει να είναι άμεση , κάτι το οποίο δυστυχώς είναι δύσκολο γιατί, τα περισσότερα συστήματα καταλήγουν σε αυτόματη προώθηση των συναλλαγών στους σε ελεγκτές απάτης για χειρωνακτικό έλεγχο.

Η απάτη με πιστωτικές κάρτες χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

- Απάτη ταυτότητας με φυσική παρουσία της κάρτας. Απαιτείται η κατοχή της πιστωτικής κάρτας και της ταυτότητας του πραγματικού ιδιοκτήτη.
- Ηλεκτρονική απάτη χωρίς, φυσική παρουσία της κάρτας. Αφορά κυρίως διαδικτυακές συναλλαγές όπου απαιτούνται μόνο στοιχεία ταυτότητας και ασφάλειας.

Η δεύτερη κατηγορία απάτης είναι η πιο συνηθέστερη με ποσοστό 70 % παγκοσμίως σύμφωνα με τον Robertson.

Παρόλες λοιπόν τις προσπάθειες από πλευράς τεχνολογικών βελτιώσεων , όπως το Σύστημα Επαλήθευσης Διευθύνσεων (AVS ), του προσωπικού κωδικού PINκαι του κωδικού επαλήθευσης καρτών ( CVV ) το τείχος προστασίας των τραπεζικών ιδρυμάτων είναι αρκετά αδύναμο, έτσι αναπτύσσονται συνεχώς νέες στρατηγικές απάτης. ( Γκόγκας, 2021 )

### 3.2 Συμπεράσματα εξαπάτησης και βασικές λύσεις

Είδαμε παραπάνω κάποιους συνηθής τρόπους απάτης που δεν διαφέρουν μεταξύ τους πολύ. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μαζί με την Δίωξη Ηλεκτρονικού εγκλήματος προτείνουν σε περίπτωση που γίνει αντιληπτό είτε από τους καταναλωτές είτε αν τους ειδοποιήσει η τράπεζα να μην χάσουν την ψυχραιμία τους και μείνουν άπραγοι αλλά να κινηθούν προς την νόμιμη έξοδο δηλώνοντας την απάτη και ζητώντας βοήθεια.

Σε περίπτωση που κάποιος έχει εξαπατηθεί μπορεί να :

- Να επικοινωνήσει με την τράπεζα
- Να απευθυνθεί στις τοπικές αρχές
- Να λάβει μέτρα προστασίας λογισμικού προστασίας από ιούς και κακόβουλά λογισμικά στις συσκευές
- Να αλλάζει κωδικούς πρόσβασης των λογαριασμών αλληλογραφίας ( e-mail ) και WebBanking
- Να ενεργοποιήσει τις ειδοποιήσεις των συναλλαγών μέσω γραπτού μηνύματος (sms) από το WebBanking.
- Σημαντικό είναι να γίνεται συχνά έλεγχος των λογαριασμών και των τραπεζικών καρτών για τυχόν ύποπτες προσπάθειες συναλλαγών. ( Hellenic Bank )

Συμπερασματικά, η αναπτυσσόμενη παραγωγή ηλεκτρονικού εμπορίου οδηγεί σε παράλληλη αύξηση της απάτης με κάρτες-μη-υπάρχουσες, ιδίως καθώς τα μέτρα των τραπεζικών ιδρυμάτων για την πρόληψη της απάτης με κάρτες γίνονται πιο αποτελεσματικά. Η εγκληματική λειτουργία θα διαμορφωθεί από τα βιομηχανικά μέτρα για την αντιμετώπιση της απάτης με κάρτες πληρωμών.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : Διερεύνηση της χρήσης των ηλεκτρονικών μέσων πληρωμής (ερωτηματολόγιο)**

### **4.1 Σκοπός της έρευνας**

Σκοπός της έρευνας είναι η διερεύνηση της χρήσης των Mobilepayment και των μικροσυναλλαγών στις μέρες μας καθώς και ο αντίκτυπος στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών, σημαντικό παράγοντα έχει και το διάστημα της πανδημίας, στην χώρα μας. Με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου, θα δούμε τις πιο πρόσφατες προτιμήσεις και επιλογές των συναλλαγών που χρησιμοποιούνται από ένα μέρος της κοινωνίας μας.

### **4.2 Απαντήσεις ερωτηματολογίου**

Το παραπάνω ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε με την χρήση φόρμας του GoogleDocuments - Forms το οποίο προωθήθηκε για τους σκοπούς της έρευνας για το διάστημα Μαΐου 2023, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπου απαντήθηκαν 15 ερωτήσεις, με την συνδρομή 157 χρηστών, διαφόρων μεθόδων τραπεζικών συναλλαγών. Παρακάτω παρατίθεται η ανάλυση των απαντήσεων του δείγματος των χρηστών.

### **4.3 Διερευνητικό βοήθημα**

Στο ερωτηματολόγιο χρησιμοποιήθηκαν ως ερευνητικά δεδομένα ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις αποτελούνται από ερωτήσεις δημογραφικού χαρακτήρα όπως το φύλλο, η ηλικία, η διαμονή, το επίπεδο μόρφωσης και από ερωτήσεις που

προσδιορίζουν την χρήση της ψηφιακής τραπεζικής του mobilepayment, των ηλεκτρονικών καρτών και των μετρητών στις μέρες μας.

#### 4.4 Ανάλυση δεδομένων από το ερωτηματολόγιο

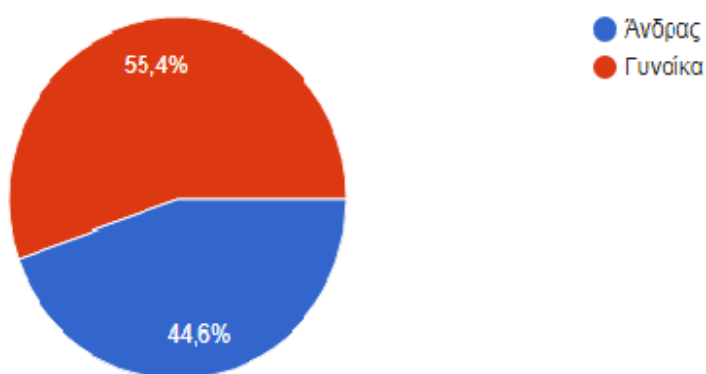
Σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων έχουμε λάβει τα παρακάτω αποτελέσματα.

Ερώτηση 1, Φύλο. Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Άνδρας
- Γυναίκα

Φύλο :

157 απαντήσεις



Γράφημα 1 : Φύλο

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων των 157 χρηστών, βλέπουμε ότι το δείγμα αποτελείται σε ποσοστό 55,4% από γυναίκες και σε ποσοστό 44,6% από άνδρες.

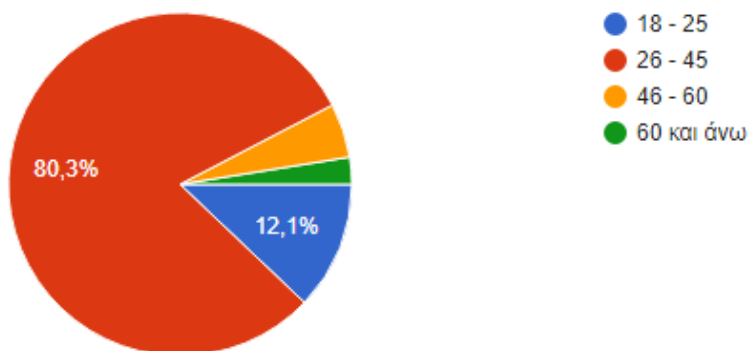


Ερώτηση 2: Ηλικία. Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν τα γκρουπ ηλικιών:

- 18-25
- 26-45
- 46-60
- 60 και πάνω

Ηλικία :

157 απαντήσεις



**Γράφημα 2: Ηλικία**

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι το γκρουπ ηλικιών στο οποίο ανήκει η πλειοψηφία του δείγματος με ποσοστό 80.3% είναι το γκρουπ 26-45. Στη συνέχεια , βλέπουμε πως δεύτερο έρχεται τα γκρουπ 18 -25 με ποσοστό 12,1%. Ενώ ακολουθούν τα γκρουπ ηλικίας 46 -60 με ποσοστό 5.1% και το γκρουπ 60 και πάνω, με ποσοστό 2,5% το καθένα.

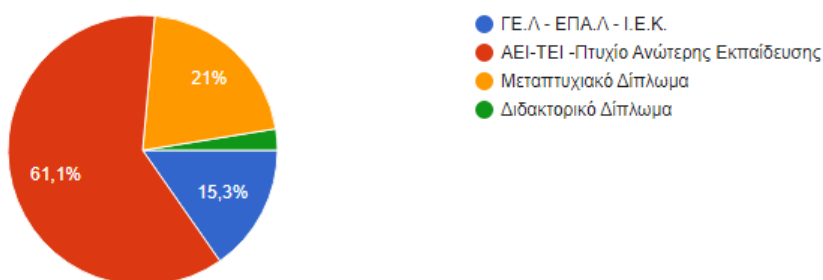
Ερώτηση 3: Επίπεδο εκπαίδευσης. Οι διαθέσιμες απαντήσεις είναι οι βαθμίδες εκπαίδευσης :

- ΓΕ.Λ – ΕΠΑ.Λ – Ι.Ε.Κ.
- ΑΕΙ-ΤΕΙ -Πτυχίο Ανώτερης Εκπαίδευσης
- Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
- Διδακτορικό Δίπλωμα

Επίπεδο εκπαίδευσης :

157 απαντήσεις

 Αντιγραφή



**Γράφημα 3: Επίπεδο εκπαίδευσης**

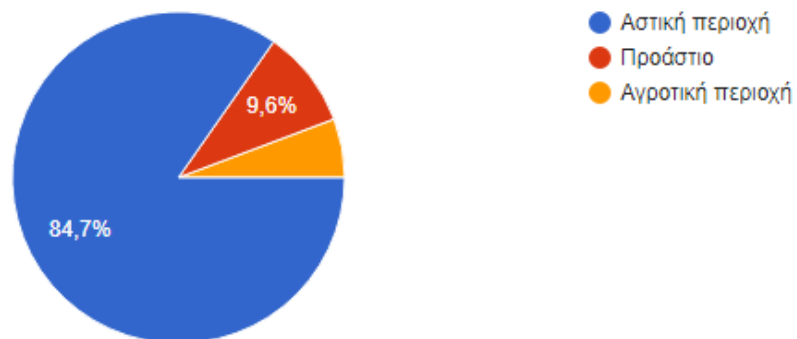
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η βαθμίδα εκπαίδευσης στην οποία ανήκει η πλειοψηφία του δείγματος είναι η βαθμίδα ΑΕΙ – ΤΕΙ – Ανώτατη Εκπαίδευση με ποσοστό 61,1%. Στην συνέχεια, έχουμε την βαθμίδα Μεταπτυχιακού Διπλώματος με ποσοστό 21%. Τρίτη, ακολουθεί η βαθμίδα ΓΕ.Λ – ΕΠΑ.Λ – Ι.Ε.Κ. με ποσοστό 15.3% τέλος, στη τέταρτη βαθμίδα Διδακτορικού Διπλώματος έχουμε το ποσοστό 2.6 %.

Ερώτηση 4: Ο τόπος διαμονής σας είναι σε. Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Αστική περιοχή
- Προάστιο
- Αγροτική περιοχή

Ο τόπος διαμονής σας είναι σε :

157 απαντήσεις



**Γράφημα 4 : Τόπος Διαμονής**

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών διαμένει σε αστική περιοχή με ποσοστό 84,7%. Δεύτερη έρχεται η απάντηση, προάστιο με ποσοστό 9,6 % και τρίτη απάντηση ήταν η επιλογή της αγροτικής περιοχής με ποσοστό 5,7 %.

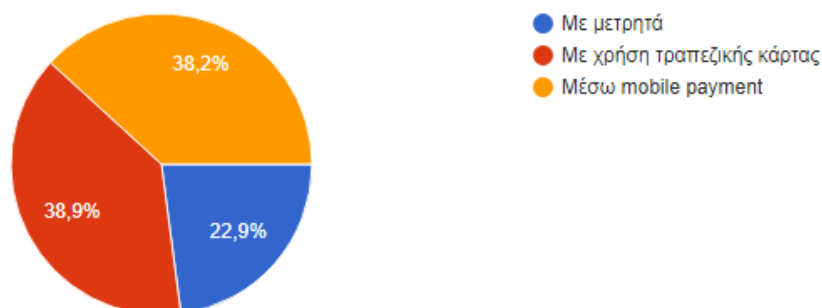
Ερώτηση 5: Με ποιον τρόπο κάνετε πιο συχνά της μικροσυναλλαγές σας; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Με μετρητά
- Με χρήση τραπεζικής κάρτας
- Μέσω mobilepayment
- Άλλο

Με ποιον τρόπο κάνετε πιο συχνά τις μικροσυναλλαγές σας ;



157 απαντήσεις



**Γράφημα 5: Με ποιον τρόπο κάνετε πιο συχνά τις μικροσυναλλαγές σας;**

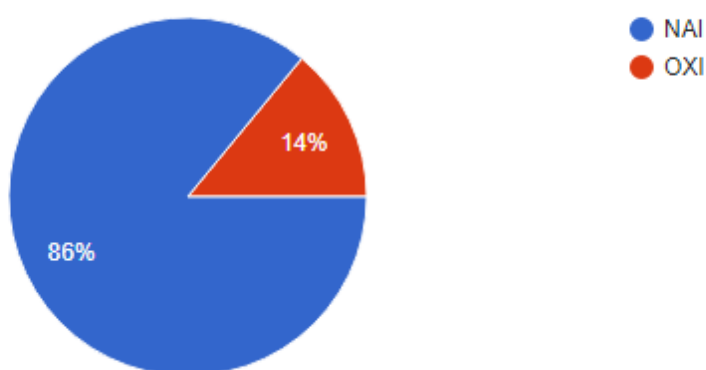
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών με μικρή διαφορά, χρησιμοποιεί την μέθοδο χρήση τραπεζικής κάρτας με ποσοστό 38,9%. Στη συνέχεια, οι μέθοδοι με mobilepayment με ποσοστό 38,2%. Η χρήση με μετρητά έρχεται τρίτη, με ποσοστό 22,9% , ενώ δεν υπήρχε απάντηση με άλλη αιτιολογία.

**Ερώτηση 6:** Διαθέτεις τις απαραίτητες γνώσεις για τη χρήση του MobileBanking; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Ναι
- Όχι

**Διαθέτεις τις απαραίτητες γνώσεις για τη χρήση του Mobile Banking;**

157 απαντήσεις



**Γράφημα 6:** Διαθέτεις τις απαραίτητες γνώσεις για τη χρήση του MobileBanking;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών έχει τις απαραίτητες γνώσεις για την χρήση του MobileBanking με ποσοστό 86% ενώ οι χρήστες που απάντησαν ότι δεν έχουν τις απαραίτητες γνώσεις αποτελούν το 14% του δείγματος.

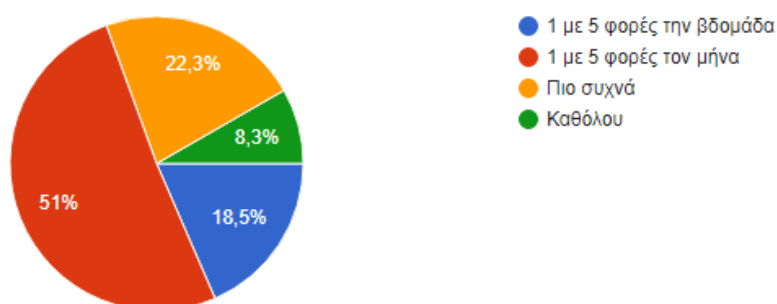
Ερώτηση 7: Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το mobilepayment για το διάστημα 2020-2021: Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- 1 με 5 φορές την εβδομάδα
- 1 με 5 φορές τον μήνα
- Πιο συχνά
- Καθόλου

Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το mobile payment για το διάστημα 2022-2023 :



157 απαντήσεις



**Γράφημα 7: Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το mobilepayment για το διάστημα 2022-2023;**

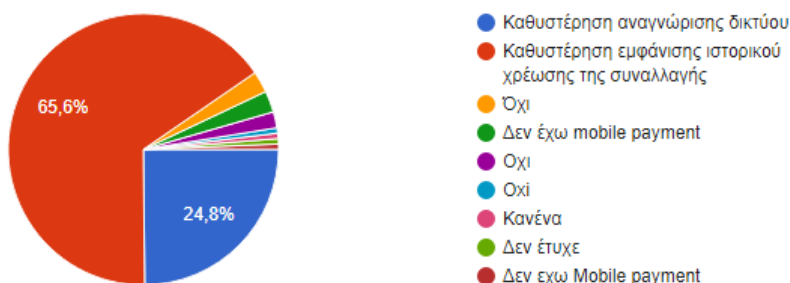
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών χρησιμοποιεί το MobilePayment για το διάστημα 2022- 2023 σε συχνότητα μία με πέντε φορές τον μήνα σε ποσοστό 51 %. Στην δεύτερη θέση έχουμε την απάντηση πιο συχνά με ποσοστό 22,3 %. Στην τρίτη θέση έρχεται η απάντηση μία με πέντε φορές την εβδομάδα με ποσοστό 18,5%. Ενώ τέταρτη θέση, κατέχει η απάντηση καθόλου με ποσοστό 8.3%.

**Ερώτηση 8:** Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της συναλλαγής με τραπεζικές κάρτες ή το mobilepayment ; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Καθυστέρηση αναγνώρισης δικτύου
- Καθυστέρηση εμφάνισης ιστορικού χρέωσης της συναλλαγής
- Άλλο

Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της συναλλαγής με τραπεζικές κάρτες ή το mobile payment ; [Antigraφή](#)

157 απαντήσεις



**Γράφημα 8:** Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της συναλλαγής με τραπεζικές κάρτες ή το mobilepayment ;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών αντιμετώπισε το πρόβλημα καθυστέρηση εμφάνισης ιστορικού χρέωσης των συναλλαγών με ποσοστό 65,6%. Δεύτερη έρχεται η απάντηση καθυστέρηση αναγνώρισης δικτύου με ποσοστό 24,8% και τρίτη με την επιλογή Άλλο, έχουμε διάφορες απαντήσεις όπως η «Όχι» με ποσοστό 5,3 % , η «Δεν έχω mobilepayment» με 3,1 % και υπάρχει ισοβαθμία με ποσοστό 0,6 % για το «Κανένα» και «Δεν έτυχε» που σημαίνει ότι δεν το χρησιμοποιούν.

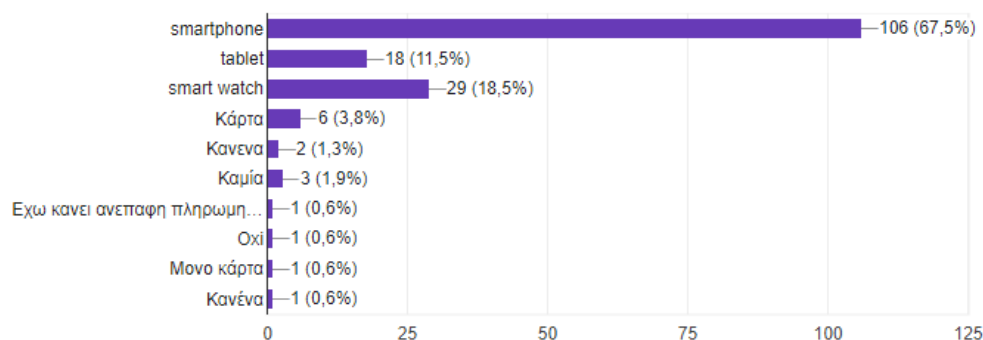
Ερώτηση 9: Ποιες συσκευές προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Smartphone
- smart watch
- tablet
- τραπεζική κάρτα
- Άλλο

Ποιες συσκευές προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;

 Αντιγραφή

157 απαντήσεις



**Γράφημα 9: Ποιες συσκευές προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή ;**

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών προτιμά να κάνει χρήση του smartphone για τις ανέπαφες πληρωμές με ποσοστό 67,5%. Η δεύτερη κατά προτίμηση μέθοδος ανέπαφης πληρωμής είναι το smartwatch με ποσοστό 18,5 % , στην τρίτη θέση είναι το tablet με ποσοστό 11,5%. Ενώ στην επιλογή Άλλο, απαντήθηκαν οι προτιμήσεις με «Κάρτα» με ποσοστό 4,4% , και «Καμία επιλογή» με ποσοστό 4,4%.

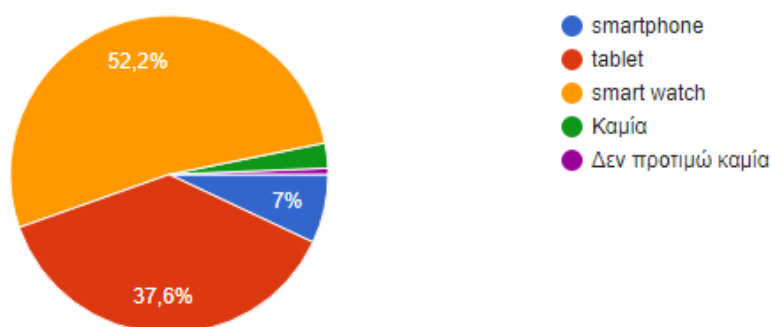


**Ερώτηση 10:** Ποιες συσκευές δεν προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Smartphone
- smart watch
- tablet
- τραπεζικήκάρτα
- Άλλο

Ποιες συσκευές δεν προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;

157 απαντήσεις




**Γράφημα 10:** Ποιες συσκευές δεν προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;

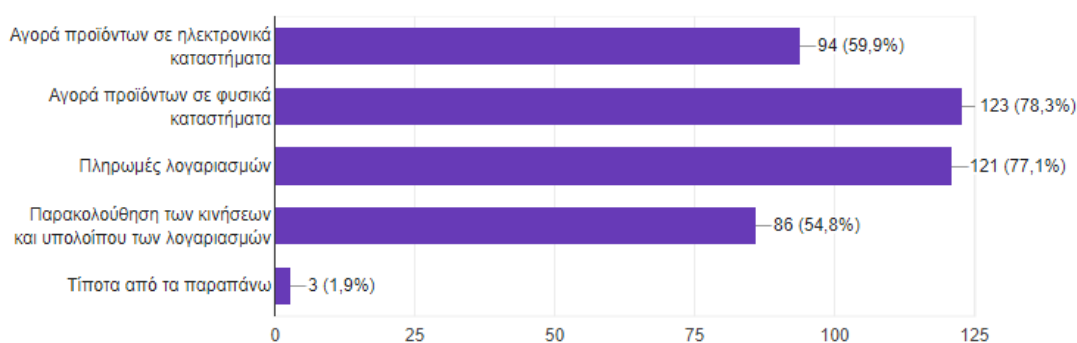
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών δεν προτιμά το smartwatch με ποσοστό 52,2 %. Δεύτερη έρχεται το tablet με ποσοστό 37,6%. Στην τρίτη θέση έχουμε το smartphone με ποσοστό 7 % και με την επιλογή Άλλο , έχουμε τις απαντήσεις με ποσοστό 2,5 % για το «Καμία» και «Δεν προτιμώ καμία» με ποσοστό 0,6 %.

**Ερώτηση 11:** Ποιες από τις παρακάτω συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει με smartwatch , smartphone , τραπεζική κάρτα ; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Αγορά προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα
- Αγορά προϊόντων σε φυσικά καταστήματα
- Πληρωμές λογαριασμών
- Παρακολούθηση των κινήσεων και υπολοίπου των λογαριασμών
- Άλλο
- Τίποτα από τα παραπάνω

Ποιες από τις παρακάτω συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει με smart watch ,  Αντιγραφή smartphone , τραπεζική κάρτα ;

157 απαντήσεις



**Γράφημα 11:** Ποιες από τις παρακάτω συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει με smartwatch , smartphone, τραπεζική κάρτα;

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών έκανε χρήση smartwatch , smartphone ή τραπεζικής κάρτας σε περισσότερες από μία επιλογές και αυτό φαίνεται μέσα από τα αποτελέσματα της έρευνας, όπου για τις αγορές προϊόντων σε φυσικά καταστήματα με ποσοστό 78,3 %. Δεύτερη , κατά σειρά προτίμησης με μικρή διαφορά είναι οι πληρωμές λογαριασμών με ποσοστό 77,1 %. Τρίτη, κατά σειρά προτίμησης ήρθε η απάντηση, αγορές προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα με ποσοστό 59,9 %. Τέταρτη, είναι η παρακολούθηση των κινήσεων και

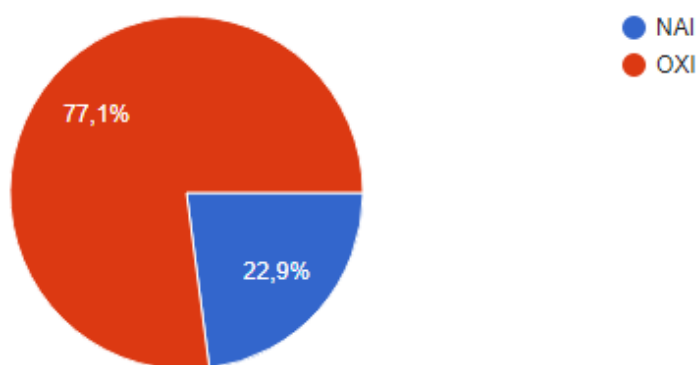
του υπολοίπου των λογαριασμών με ποσοστό 54,8% και τέλος, με ποσοστό 1,9% δεν έχουν χρησιμοποιήσει καμία συσκευή και κάρτα για ηλεκτρονική συναλλαγή, με την απάντηση τίποτα από τα παραπάνω.

Ερώτηση 12: Έχεις βρεθεί θύμα απάτης εξαιτίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Ναι
- Όχι

Έχεις βρεθεί θύμα απάτης εξαιτίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

157 απαντήσεις




**Γράφημα 12:** Έχεις βρεθεί θύμα απάτης εξαιτίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

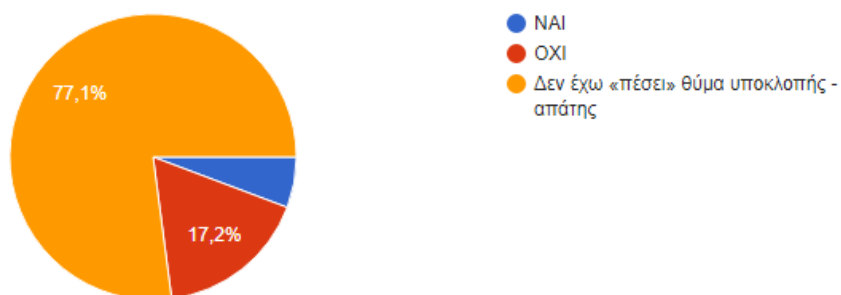
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων των χρηστών το 77,1% απάντησε ότι δεν έχει βρεθεί θύμα απάτης των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ενώ το 22,9 % απάντησε ότι έχει βρεθεί θύμα απάτης των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Ερώτηση 13: Σε περίπτωση που βρέθηκες θύμα απάτης από την ηλεκτρονική συναλλαγή, σε βοήθησε η τράπεζα σου; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ
- Δεν έχω «πέσει» θύμα υποκλοπής - απάτης

Σε περίπτωση που βρέθηκες θύμα απάτης από την ηλεκτρονική συναλλαγή, σε βοήθησε η τράπεζα σου;  Avty

157 απαντήσεις



**Γράφημα 13: Σε περίπτωση που βρέθηκες θύμα απάτης από την ηλεκτρονική συναλλαγή, σε βοήθησε η τράπεζα σου;**

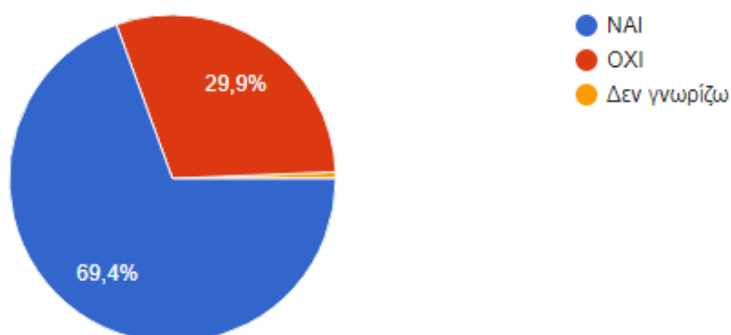
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα το 77,1% δεν έχει «πέσει» θύμα υποκλοπής - απάτης. Το 17,2% έχει «πέσει» θύμα απάτης αλλά δεν έλαβε βοήθεια από την τράπεζα του και το ποσοστό 5,7% έχει λάβει βοήθεια από την τράπεζα του.

**Ερώτηση14:** Χρησιμοποιώντας το mobilepayment μέσω φορητής συσκευής χρειάζεται να έχεις μαζί κάρτες ή μετρητά; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Ναι
- Όχι
- Άλλο

Χρησιμοποιώντας το mobile payment μέσω φορητής συσκευής χρειάζεται να έχεις μαζί κάρτες ή μετρητά;

157 απαντήσεις



**Γράφημα 14:** Χρησιμοποιώντας το mobilepayment μέσω φορητής συσκευής χρειάζεται να έχεις μαζί κάρτες ή μετρητά;

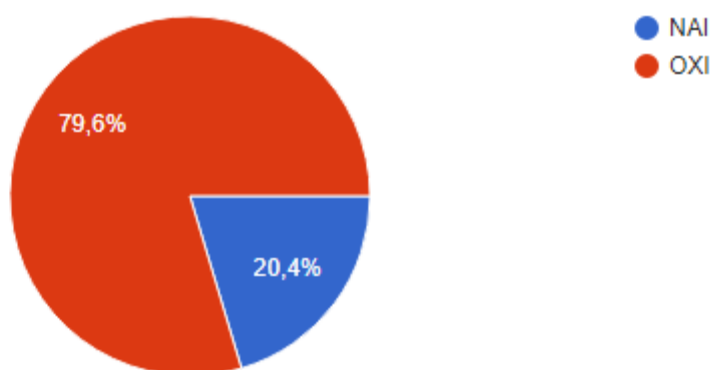
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των απαντήσεων, παρατηρείται ότι η πλειοψηφία των χρηστών θεωρεί απαραίτητη την κατοχή των μετρητών ακόμη και όταν κάνουν χρήση του mobilepayment με ποσοστό 69,4% , ενώ δεν θεωρεί απαραίτητη την κατοχή μετρητών όταν γίνεται χρήση του mobilepayment το 29,9% του δείγματος και ένα ποσοστό 0,7 % δεν γνωρίζει αν χρειάζεται να έχει μετρητά.

Ερώτηση 15: Πιστεύεις πως πρέπει να καταργηθούν τα μετρητά; Οι διαθέσιμες απαντήσεις ήταν:

- Ναι
- Όχι

Πιστεύεις πως πρέπει να καταργηθούν τα μετρητά;

157 απαντήσεις



**Γράφημα 15: Πιστεύεις πως πρέπει να καταργηθούν τα μετρητά;**

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του δείγματος, το ποσοστό 79,6% δεν επιθυμεί να καταργηθούν τα μετρητά, ενώ αντίθετα το ποσοστό 20,4% το επιθυμεί.

## 4.5 Ανάλυση απαντήσεων ερωτηματολογίου

Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση των απαντήσεων που δόθηκαν από δείγμα χρηστών στο ερωτηματολόγιο που αναρτήθηκε με την χρήση φόρμας GoogleDocuments–Forms, η οποία διαμοιράστηκε μέσω διαδικτύου και έχουμε τα παρακάτω συμπεράσματα.

Βάση των απαντήσεων της πρώτης ερώτησης παρατηρείτε ότι η πλειοψηφία του δείγματος μας αποτελείται από γυναίκες.

Η μέση ηλικία του δείγματος είναι 26 έως 45 ετών , με δεύτερη την κατηγορία 18 έως 25 ετών ,ενώ στη τρίτη και τέταρτη κατηγορία είναι οι ηλικίες άνω των 45 ετών. Αυτό σημαίνει ότι το δείγμα μας αποτελείται κυρίως από άτομα νεαρής ηλικίας .

Το επίπεδο εκπαίδευσης του δείγματος , είναι κατά πλειοψηφία απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης και αν προστεθεί σε αυτούς το ποσοστό των χρηστών με μεταπτυχιακό δίπλωμα, συμπεραίνουμε ότι το 82,10 % του δείγματος κατέχει τουλάχιστον την βαθμίδα της ανώτατης εκπαίδευσης άρα και γνώσεις άνω του μετρίου.

Η δημογραφική περιοχή διαμονής της συντριπτικής πλειοψηφίας του δείγματος είναι αστική περιοχή.

Με γνώμονα τις απαντήσεις για την πιο συχνή μέθοδο αντιμετώπισης των μικροσυναλλαγών, η πλειοψηφία κάνει χρήση τραπεζικών καρτών. Δεύτερη, με μικρή διαφορά έρχεται η επιλογή πληρωμής μέσω mobilepayment. Ενώ, η χρήση με μετρητά έρχεται τρίτη με ποσοστό 22,9%.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, η πλειοψηφία διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις για την χρήση του MobileBanking και αυτό υποστηρίζεται από τις αντίστοιχες απαντήσεις της ερώτησης 3, όπου διαπιστώθηκε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό διαθέτει τουλάχιστον πτυχίο ανώτατης εκπαίδευσης.

Η συχνότητα χρήσης του mobilepayment για το διάστημα 2022 με 2023 από το δείγμα χρηστών που απάντησε στο ερωτηματολόγιο είναι μία με πέντε φορές τον μήνα. Αν προσθέσουμε τα ποσοστά των χρηστών που γενικά χρησιμοποιούν το mobilepayment ανεξαρτήτου συχνότητας διαπιστώνουμε ότι 91,8% του δείγματος κάνουν γενική

χρήση της υπηρεσίας mobilepayment το οποίο είναι σημαντικά μεγαλύτερο από το ποσοστό 8,3% του δείγματος που δεν χρησιμοποιεί την υπηρεσία .

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι χρήστες βάσει των απαντήσεων που λάβαμε στο ερωτηματολόγιο είναι η καθυστέρηση εμφάνισης του ιστορικού χρέωσης της συναλλαγής.Ενώ με μικρή διαφορά έρχεται η καθυστέρηση αναγνώρισης δικτύου.

Ο προτιμότερος τρόπος ανέπαφων συναλλαγών από το δείγμα είναι κατά μεγάλη πλειοψηφία το smartphone, με δεύτερη επιλογή την χρήση του smartwatch. Υπάρχει και ένα μέρος του δείγματος το οποίο με βάση τα ίσα ποσοστά τους 4,4% μας δείχνει πως έχει προτίμηση να χρησιμοποιεί την τραπεζική κάρτα και να μην χρησιμοποιεί καμία από τις παραπάνω συσκευές.

Η συσκευή που το δείγμα επέλεξε ως λιγότερο προτιμώμενη για ανέπαφη πληρωμή είναι το smartwatch, με δεύτερη την χρήση του tablet, καθώς τρίτο έρχεται το smartphone. Υπήρξε και ένα μικρό ποσοστό 3,1% το οποίο δεν προτιμά της ανέπαφες πληρωμές.

Πρώτη σε προτίμηση συναλλαγή που πραγματοποιείτε με smartphone, smartwatch και με τραπεζική κάρτα, είναι η αγορά προϊόντων σε φυσικό κατάστημα, δεύτερη είναι οι πληρωμές λογαριασμών, τρίτη είναι η αγορά προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα και τέταρτη είναι η παρακολούθηση των κινήσεων των τραπεζικών λογαριασμών. Πολύ μικρό ποσοστό 1,9% δεν χρησιμοποιεί καθόλου οποιοδήποτε από τα παραπάνω μέσα συναλλαγών.

Παρατηρείται ότι η πλειοψηφία του δείγματος δεν έχει υποπέσει θύμα απάτης ηλεκτρονικών συναλλαγών, ενώ το ποσοστό που έχει «πέσει» θύμα είναι της τάξης του 22,9%.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος μόνο το 5,7 % έλαβε βοήθεια από την τράπεζα όταν έπεσε θύμα απάτης.

Η πλειοψηφία του δείγματος κρίνει χρήσιμη την κατοχή μετρητών ή κάρτας ακόμη και όταν γίνεται χρήση της μεθόδου πληρωμής του mobilepayment.



Βάση των απαντήσεων των χρηστών που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο η συντριπτική πλειοψηφία δεν θα ήθελε να καταργηθούν τα μετρητά.

#### 4.5.1 Σύνοψη απαντήσεων ερωτηματολογίου

Συνοψίζοντας , από τις απαντήσεις που λάβαμε συμπεραίνουμε ότι το δείγμα μας αποτελείται από νεαρές γυναίκες που διαμένουν σε αστικές περιοχές. Είναι κάτοχοι τουλάχιστον πτυχίου ανώτατης εκπαίδευσης. Προτιμάνα κάνει χρήση τραπεζικών καρτών αλλά και με πληρωμή μέσω του mobilepayment για τις καθημερινές μικροσυναλλαγές του. Διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις για την χρήση του mobilebankingκαι το χρησιμοποιεί μία με πέντε φορές τον μήνα. Το δημοφιλέστερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει είναι η καθυστέρηση εμφάνισης του ιστορικού των συναλλαγών. Η πιο συχνή μέθοδος προτίμησης ανέπαφων πληρωμών είναι τοsmartphone, ενώ η λιγότερο δημοφιλής μέθοδος των ανέπαφων πληρωμών είναι η χρήση συσκευής smartwatch. Παρατηρείτε ότι η συχνότερη χρήση συναλλαγών γίνεται για την αγορά σε φυσικό κατάστημα, ενώ ακολουθούν οι πληρωμές λογαριασμών. Η πλειοψηφία του δείγματος δεν έχει υποπέσει θύμα απάτης ηλεκτρονικών συναλλαγών, ενώ από όσους έχουν «πέσει» θύμα μόνο το 5,7% έλαβε βοήθεια από την τράπεζα. Όσο για την χρήση μετρητών το δείγμα αισθάνεται ασφάλεια να έχει μετρητά μαζί του παρόλο που χρησιμοποιεί το mobilepayment.Τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία δεν θα ήθελε να καταργηθούν τα μετρητά.

#### 4.6 Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου

Με βάση τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψιν τα τελευταία υγειονομικά συμβάντα που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως, παρατηρείται αύξηση της χρήσης μεθόδων πληρωμής ανέπαφων συναλλαγών όπως αυτό αποδεικνύεται και από τις απαντήσεις του δείγματος.

Παρόλα αυτά, παρατηρείται από τις απαντήσεις του δείγματος ότι η χρήση του mobilepayment όπως και η τραπεζική κάρτα στην χώρα μας έχει μεγαλύτερη αποδοχή από τις άλλες μεθόδους ανέπαφων πληρωμών, το οποίο μπορεί να αποδοθεί στην κουλτούρα μας και στην γενική σκεπτικιστική τάση της χώρας μας απέναντι στην εξέλιξη της τεχνολογίας και την χρήση νέων μεθόδων, ακόμη και από άτομα με μεγαλύτερη του μέσου εκπαίδευση. Αυτό ενισχύεται και από την απάντηση της τελευταίας ερώτησης, ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αισθάνεται ασφάλεια με την κατοχή μετρημών ακόμη και όταν είναι διασφαλισμένη η χρήση συναλλαγής με την μέθοδο του mobilepayment την οποία γνωρίζει πώς να χρησιμοποιεί. Δεν βοηθάει το γεγονός ότι όσοι έχουν «πέσει» θύμα απάτης ηλεκτρονικών συναλλαγών η τράπεζα έχει δώσει βοήθεια σε ελάχιστο ποσοστό.

Προβλέψιμη ήταν η απάντηση του δείγματος στην επιθυμία τους να μην καταργηθούν τα μετρητά ως μέθοδος συναλλαγής, καθώς η μέθοδος αυτή τους δίνει ένα αίσθημα ασφάλειας. Ενώ τέλος, η επιλογή του smartwatch ως λιγότερη δημοφιλή μέθοδος ανέπαφων συναλλαγών όπως και η επιλογή του tablet δείχνουν καθαρά την πρακτική άποψη.

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Ερωτήσεις που θα διεξαχθούν στα πλαίσια της έρευνας για την χρήση των Mobilepayment και των μικροσυναλλαγών:

1. Φύλο :

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία :

- 18-25
- 26-45
- 46-60
- 60 και πάνω

3. Επίπεδο εκπαίδευσης:

- ΓΕ.Λ. – ΕΠΑ.Λ – Ι.Ε.Κ.
- ΑΕΙ-ΤΕΙ -Πτυχίο Ανώτερης Εκπαίδευσης
- Μεταπτυχιακό Δίπλωμα
- Διδακτορικό Δίπλωμα

4. Ο τόπος διαμονής σας είναι σε:

- Αστική περιοχή
- Προάστιο
- Αγροτική περιοχή

5. Με ποιον τρόπο κάνετε πιο συχνά τις μικροσυναλλαγές σας ;

- Με μετρητά
- Με χρήση τραπεζικής κάρτας
- Μέσω mobilepayment
- Άλλο

6. Διαθέτεις τις απαραίτητες γνώσεις για τη χρήση του MobileBanking;

- Ναι
- Όχι

7. Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το mobilepayment για το διάστημα 2022-2023 :

- 1 με 5 φορές την εβδομάδα
- 1 με 5 φορές τον μήνα
- Πιο συχνά
- Καθόλου

8. Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της συναλλαγής με τραπεζικές κάρτες ή το mobilepayment ;

- Καθυστέρηση αναγνώρισης δικτύου
- Καθυστέρηση εμφάνισης ιστορικού χρέωσης της συναλλαγής
- Άλλο

9. Ποιες συσκευές προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;

- Smartphone
- smart watch
- tablet
- τραπεζικήκάρτα
- Άλλο

10. Ποιες συσκευές δενπροτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;

- Smartphone
- smart watch
- tablet
- τραπεζικήκάρτα
- Άλλο

11. Ποιες από τις παρακάτω συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει με smartwatch , smartphone , τραπεζική κάρτα ;

- Αγορά προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα
- Αγορά προϊόντων σε φυσικά καταστήματα
- Πληρωμές λογαριασμών
- Παρακολούθηση των κινήσεων και υπολοίπου των λογαριασμών
- Άλλο
- Τίποτα από τα παραπάνω

12. Έχεις βρεθεί θύμα απάτης εξαιτίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών;

- Ναι
- Όχι

13. Σε περίπτωση που βρέθηκες θύμα απάτης από την ηλεκτρονική συναλλαγή, σε βοήθησε η τράπεζα σου;

- Ναι
- Όχι
- Δεν έχω «πέσει» θύμα υποκλοπής - απάτης

14. Χρησιμοποιώντας το mobilepayment μέσω φορητής συσκευής χρειάζεται να έχεις μαζί κάρτες ή μετρητά;

- Ναι
- Όχι
- Άλλο

15. Πιστεύεις πως πρέπει να καταργηθούν τα μετρητά;

- Ναι
- Όχι

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

<i>Πίνακας 1: Για τον τραπεζικό τομέα, η γραμμή μεταξύ των ανεπτυγμένων αγορών και των αναδυόμενων αγορών έχει γίνει θολή.....</i>	<i>11</i>
<i>Πίνακας 2: Μετά από μια δεκαετία σταθερών αποδόσεων, το 2022 αντιπροσώπευε μια νέα εποχή στον τραπεζικό τομέα.....</i>	<i>13</i>
<i>Πίνακας 3: Τα περιθώρια γίνονται πιο σημαντικός μοχλός ανάπτυξης στον τραπεζικό τομέα, σε σύγκριση με τον όγκο.....</i>	<i>15</i>
<i>Πίνακας 4: Pre-Covid-19 Contactless. Transaction Projections.....</i>	<i>31</i>
<i>Πίνακας 5: Τρόπος μεταφοράς δεδομένων μέσω WAP.....</i>	<i>44</i>
<i>Πίνακας 6: Μεταφορά δεδομένων.....</i>	<i>44</i>
<i>Πίνακας 7: Επιπλέον αποθέματα μετρητών ανά χώρα.....</i>	<i>49</i>
<i>Πίνακας 8: Ποσά μετρητών που υπάρχουν στα σπίτια ανά χώρα.....</i>	<i>50</i>
<i>Πίνακας 9: Η δυνατότητα πληρωμής με μετρητά αποτελεί σημαντικό παράγοντα.</i>	<i>51</i>
<i>Πίνακας 10: Προτιμώμενος τρόπος πληρωμής.....</i>	<i>52</i>
<i>Πίνακας 11: Πληρωμές εκτός μετρητών.....</i>	<i>53</i>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

<i>Γράφημα 1 : Φύλο</i>	64
<i>Γράφημα 2: Ηλικία</i>	65
<i>Γράφημα 3: Επίπεδο εκπαίδευσης</i>	66
<i>Γράφημα 4 : Τόπος Διαμονής</i>	67
<i>Γράφημα 5: Με ποιον τρόπο κάνετε πιο συχνά τις μικροσυναλλαγές σας;</i>	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
<i>Γράφημα 6: Διαθέτες τις απαραίτητες γνώσεις για τη χρήση του MobileBanking</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 7: Πόσο συχνά χρησιμοποιείς το mobilepayment για το διάστημα 2022-2023;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 8: Αντιμετωπίσατε προβλήματα κατά τη διάρκεια της συναλλαγής με τραπεζικές κάρτες ή mobilepayment;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 9: Ποιες συσκευές προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 10: Ποιες συσκευές δεν προτιμάς για ανέπαφη πληρωμή;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 11: Ποιες από τις παρακάτω συναλλαγές έχετε πραγματοποιήσει με smartwatch, smartphone, τραπεζική κάρτα;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 12: Έχεις βρεθεί θύμα απάτης εξαιτίας των ηλεκτρονικών συναλλαγών;</i>	75
<i>Γράφημα 13: Σε περίπτωση που βρέθηκες θύμα απάτης από την ηλεκτρονική συναλλαγή, σε βοήθησε η τράπεζα σου;</i>	76
<i>Γράφημα 14: Χρησιμοποιώντας το mobile payment μέσω φορητής συσκευής χρειάζεται να έχεις μαζί κάρτες ή μετρητά ;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<i>Γράφημα 15: Πιστεύεις πως πρέπει να καταργηθούν τα μετρητά;</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΟΓΛΩΣΣΗ

ΠΑΣΧΟΠΟΥΛΟΣ Α. και ΣΚΑΛΤΣΑΣ Π. (2000). *Τόμος Β' Ηλεκτρονικό Εμπόριο. Νέο περιβάλλον, νέα εργαλεία, νέοι ηγέτες. Ανάπτυξη και Εφαρμογή Επιχειρηματικής Στρατηγικής στο Διαδίκτυο*. Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος

ΓΚΛΑΒΑ Μ. (2001). *e-Επιχειρείν. Πλήρης Οδηγός Ανάλυσης Τεχνικών και Εμπορικών Θεμάτων*. Αθήνα: Εκδόσεις Γκιούρδας

### ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Δημοσιεύματα /Μελέτες: Ελληνική Ένωση Τραπεζών (2017), « *Στοιχεία τεκμηρίωσης σχετικά με τη λειτουργία του ελληνικού τραπεζικού συστήματος*» Αθήνα

[https://www.hba.gr/UpIDocs/HBA\\_GreekBankingSystem\\_January2017F2n.pdf](https://www.hba.gr/UpIDocs/HBA_GreekBankingSystem_January2017F2n.pdf)

και

<https://www.hba.gr/Publications/Info/studies>

Άρθρο Εφημερίδας: Μάμμη Ελίνα (2020) «*Η εξέλιξη της ψηφιακής τραπεζικής: Από το "μία τράπεζα για όλους", στο "ο καθένας με την προσωπική του τράπεζα"*», TheToc , Δημοσιεύτηκε 23 Μαρτίου

<https://www.thetoc.gr/oikonomia/article/i-exelixi-tis-psifiakis-trapezikis-apo-ton-2o-aioua-mexri-simera/>

Άρθρο επιστημονικού περιοδικού : Καραγεώργου Έφη «*Ηλεκτρονική τραπεζική. Στροφή από τις τράπεζες στα εναλλακτικά δίκτυα. Καλύτερη εξυπηρέτηση για τον καταναλωτή*», Ελληνική Ένωση Τραπεζών (17/2/2023)

[https://www.hba.gr/5ekdosis/uplpdfs/deltia/4\\_2006/49-56.pdf](https://www.hba.gr/5ekdosis/uplpdfs/deltia/4_2006/49-56.pdf)



ΣΥΡΜΑΚΕΖΗΣ., (2003) *InternetBanking. Όλα όσα θέλατε να μάθετε για τις ηλεκτρονικές πληρωμές και εισπράξεις*, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών (σελ. 28,29)

[https://www.hba.gr/5Ekdosis/UpIPDFs/deltia/3\\_2003/27-40.pdf](https://www.hba.gr/5Ekdosis/UpIPDFs/deltia/3_2003/27-40.pdf)

Ηλεκτρονική Πηγή: Καληνοκτάκης Α., (2017) «Πιστωτική Κάρτα: Τι είναι και πως Λειτουργεί», *e-biografiko.gr*

<https://www.ebiografiko.gr/%CF%80%CE%B9%CF%83%CF%84%CF%89%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%BA%CE%AC%CF%81%CF%84%CE%B1-%CF%84-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CF%89%CF%82-%CE%BB%CE%B5%CE%B9%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%B5/>

Ιστότοπος: Coolweb.gr “*Τι είναι χρεωστική κάρτα; Πως λειτουργεί;*” (2006-2021)

<https://coolweb.gr/ti-einai-xreostiki-karta-pos-leitourgei/>

Ιστότοπος: Coolweb.gr “*Τι είναι οι προπληρωμένες κάρτες; Ποιες υπάρχουν; Όλες οι πληροφορίες;*” (2006-2021)

<https://coolweb.gr/propliromenes-kartes-information/>

Διατριβή: Ρήγα Σ., *Πιστωτικές Κάρτες*, ΤΕΙ Καλαμάτας

[http://nestor.teipel.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/16397/SDO\\_XRHMEL\\_003\\_53\\_Medium.pdf?sequence=1](http://nestor.teipel.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/16397/SDO_XRHMEL_003_53_Medium.pdf?sequence=1)

Ιστότοπος: Town Square (2017) “*What Are Mobile Payments? And How to Use Them*”, *Business Resource Center*, February 24

<https://squareup.com/us/en/townsquare/mobile-payments>

Ηλεκτρονική πηγή: Sarah Grotta (2020), “*Covid-19 and Debit and Alternative Payments Products*”, *Mercator Advisory Group*, 31 March

<https://www.mercatoradvisorygroup.com/Templates/BlogPost.aspx?id=8230&blogid=25506>

Ιστότοπος: Cloutrack (2023), «*What Is Consumer Behavior*»

[https://www.cloutrack.com/knowledge\\_base/what-is-consumer-behavior](https://www.cloutrack.com/knowledge_base/what-is-consumer-behavior)

Ιστότοπος: Emerchantpay (2019), “*Everything you need to know about mobile payments*”, 5 August

<https://www.emerchantpay.com/insights/everything-you-need-to-know-about-mobile-payments/>

Ιστότοπος : Πειραιώς (2020), «IRIS onlinepayments - Ηλεκτρονικό Κατάστημα»

<https://www.piraeusbank.gr/el/epiheiriseis-epaggelmaties/anakalypse-ta-xrimatodotika-ergaleia-sou/lyseis-emporon/sxetikes-ipseies/iris-online-payments-hlektroniko-katasthma>

Ιστοσελίδα : ΔΙΑΣ (2021) «IRISonlinepayments – Online πληρωμή σε ηλεκτρονικό κατάστημα»

<http://www.irisonlinepayments.gr/>

Ιστότοπος : Πειραιώς (2020), «Ανέπαφες συναλλαγές με τις κάρτες Τράπεζας Πειραιώς»

<https://www.piraeusbank.gr/el/idiwtes/kartes/anepafes-sinallages>

Ιστότοπος : Eurobank (2021), «Κέντρα Αυτόματων Συναλλαγών (ΚΑΣ)»

<https://www.eurobank.gr/el/kentra-automaton-sunallagon>

Ηλεκτρονική πηγή: Raman (2019), “*Wireless Application Protocol*”, Geeks for Geeks, 8 August

<https://www.geeksforgeeks.org/wireless-application-protocol/>

Ηλεκτρονική πηγή: Φραγκούλη Ν. (2021) «Το 24% των πολιτών κάνει χρήση internetbanking μια φορά την ημέρα», *ΣΕΠΕ*, 3 Φεβρουαρίου

<http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/17428025/to-24-ton-politon-kanei-hrisi-internet-banking-mia-fora-tin-imerai/>

Επιστημονικό άρθρο : Ελληνική Ένωση Τραπεζών ( 2017 ), « Σύστημα πληρωμών και ηλεκτρονικής τραπεζικής / Συστήματα πληρωμών»

<https://hba.gr/ActivityAreas/Details/577>

Ιστότοπος: World Bank Group, (2023) « Global Financial Development Report 2019/2020: Bank Regulation and Supervision a Decade after the Global Financial Crisis»

<https://www.worldbank.org/en/publication/gfdr>

Ιστότοπος: McKinsey & Company, Δεκέμβριος 2022 «McKinsey's Global Banking Annual Review – Global Banking Annual Review 2022: Banking on a sustainable path» από Miklos Dietz, Attila Kincses, Archana Seshadrinathan και Dee Yang

<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/global-banking-annual-review>

Ηλεκτρονική πηγή: VISA ( 2021 ), « Η άποψη των καταναλωτών για τις ηλεκτρονικές αγορές»

<https://www.visa.gr/leitourgoste-ten-epikheirese-sas/ergaleia-gia-mikres-epikheireseis/tekhнологia-pleromon/sell-online/receive-digital-payments.html>

Άρθρο εφημερίδας: Πηγή ΑΠΕ-ΜΠΕ ( 2021 ), « Πανδημία: Επιτάχυνε τις αλλαγές που είχαν ξεκινήσει στον τομέα των πληρωμών », *Capital.gr* , 9 Μαΐου 2021

<https://www.capital.gr/epixeiriseis/3544215/pandimia-epitaxune-tis-allages-pou-eixan-xekinisei-ston-tomea-ton-pleriomon>

Ηλεκτρονική πηγή: Στεργίου Λ. (2021), « Μελέτη ΕΚΤ: Πώς και πότε χρησιμοποιούν τα μετρητά οι Έλληνες », *Capital.gr*, Μάιος

<https://www.capital.gr/oikonomia/3545837/meleti-ekt-pos-kai-pote-xrisimopoioun-ta-metrata-oi-ellines>

Ιστότοπος: Ηλεκτρονικό Έγκλημα (2021) « Γνήσια ηλεκτρονικά εγκλήματα »

<https://sites.google.com/site/elektronikoenklema2012/morphes-tou-elektronikou-enklematos/gnesia-elepektronika-enklemata>

Ιστοσελίδα: Τζαμαρέλος Γ. ( 2021 ), « Emailphishing: Τι πρέπει να ξέρουμε για το ηλεκτρονικό «ψάρεμα» » , *AthensVoice*, Σεπτέμβριος

[https://www.athensvoice.gr/life/technology/680717\\_email-phishing-ti-prepei-na-xeroyme-gia-ilektroniko-psarema](https://www.athensvoice.gr/life/technology/680717_email-phishing-ti-prepei-na-xeroyme-gia-ilektroniko-psarema)

Ιστότοπος: Europol (2020), “*HOOK, LINE AND SINKER: CYBERCRIME NETWORK PHISHING BANK CREDENTIALS ARRESTED IN ROMANIA*”, Σεπτέμβριος

[HTTPS://WWW.EUROPOL.EUROPA.EU/NEWSROOM/NEWS/HOOK-LINE-AND-SINKER-CYBERCRIME-NETWORK-PHISHING-BANK-CREDENTIALS-ARRESTED-IN-ROMANIA](https://www.europol.europa.eu/newsroom/news/hook-line-and-sinker-cybercrime-network-phishing-bank-credentials-arrested-in-romania)

Ιστότοπος: Federal Communication Commission ( 2021), “*As More Consumers Adopt Payment Apps, Scammers Follow*”

<https://www.fcc.gov/more-consumers-adopt-payment-apps-scammers-follow>

Ηλεκτρονική Εφημερίδα: Γκόγκας Π. (2021), «Πιστωτικές Κάρτες και Απάτη» *Οικονομικός Ταχυδρόμος* , Αύγουστος

<https://www.ot.gr/2021/08/11/academia/pistotikes-kartes-kai-apati/>

Ιστότοπος : HELLENICBANK , “Κοινές απάτες”

<https://www.hellenicbank.com/portalserver/hb-en-portal/el/about-us/security-center/be-safe-online/common-scams>

Ιστότοπος : HELLENICBANK , “Έχεις Εξαπατηθεί;”

<https://www.hellenicbank.com/portalserver/hb-en-portal/el/about-us/security-center/be-safe-online/have-you-been-defrauded>