



ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΔΑΜΟΣ: Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά:
Προοπτικές, προκλήσεις και κανονιστικό πλαίσιο



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΝΟΙΚΤΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ

Τραπεζική Διοίκηση και Χρηματοοικονομική Τεχνολογία (FinTech)

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά: Προοπτικές, προκλήσεις και
κανονιστικό πλαίσιο.

Συγγραφέας:

Επιβλέπουσα Α: ΚΥΡΤΣΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ

Επιβλέπων Β : ΣΙΩΚΗΣ ΦΩΤΙΟΣ

ΑΘΗΝΑ

ΜΑΙΟΣ, 2026



Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1: Θεωρητική και Κανονιστική Προσέγγιση	10
1.1 Εισαγωγή στην έννοια της ψηφιακής τραπεζικής και της FinTech	10
1.2 Η διεθνής εμπειρία και τα κυρίαρχα επιχειρηματικά μοντέλα	12
1.3 Το ελληνικό τραπεζικό περιβάλλον και ο βαθμός ψηφιακής ωριμότητας.....	14
1.4 Το ισχύον κανονιστικό και εποπτικό πλαίσιο στην Ελλάδα και την ΕΕ	19
1.4.1 Ο Κανονισμός για την Επιχειρησιακή Ψηφιακή Ανθεκτικότητα (DORA)	19
1.4.2 Οδηγία για τις Υπηρεσίες Πληρωμών II (PSD II)	21
1.4.3 Το ρυθμιστικό και κανονιστικό πλαίσιο στην Ελλάδα	23
1.5 Παράγοντες επιτυχίας και προκλήσεις για μια ψηφιακή τράπεζα	25
Κεφάλαιο 2. Εμπειρική έρευνα	29
2.1 Μεθοδολογία της έρευνας.....	29
2.2 Δείγμα της έρευνας	30
2.3 Απαντήσεις στις ερωτήσεις της έρευνας.....	31
2.4 Διαφορές με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	43
2.4.1 Διαφορές με βάση την ηλικία	43
2.4.2 Διαφορές με βάση το φύλο.....	48
2.4.3 Διαφορές με βάση την προηγούμενη εργασία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό τομέα	52
2.4.4 Διαφορές με βάση τη χρήση ψηφιακών καναλιών τραπεζικής.....	58
2.4.5 Διαφορές με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	60
2.5 Συζήτηση των αποτελεσμάτων	67
Συμπεράσματα	73
Βιβλιογραφικές αναφορές	75



Ευρετήριο πινάκων και διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1. Φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα	30
Διάγραμμα 2. Ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα	31
Διάγραμμα 3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο.....	31
Διάγραμμα 4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;.....	32
Διάγραμμα 5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	33
Διάγραμμα 6. Ποια τράπεζα χρησιμοποιείτε κυρίως σήμερα;	33
Διάγραμμα 7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζάς σας;	34
Διάγραμμα 8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;	35
Διάγραμμα 9. Η απουσία φυσικού υποκαταστήματος θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	35
Διάγραμμα 10. Θα εμπιστευόσασταν μια πλήρως ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα;.....	36
Διάγραμμα 11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	36
Διάγραμμα 12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες;.....	37
Διάγραμμα 13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	38
Διάγραμμα 14. Ποιες ψηφιακές τράπεζες γνωρίζετε;	38
Διάγραμμα 15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;.....	39
Διάγραμμα 16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;.....	40
Διάγραμμα 17. Πόσο σημαντικό θεωρείτε το χαμηλό κόστος υπηρεσιών σε μια ψηφιακή τράπεζα;.....	41
Διάγραμμα 18. Πόσο σημαντική θεωρείτε την ασφάλεια και την προστασία προσωπικών δεδομένων;	41
Διάγραμμα 19. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;	42
Διάγραμμα 20. Θα αλλάζατε τράπεζα αν υπήρχε αξιόπιστη ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα;.....	43



Πίνακας 1. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για την ηλικία	43
Πίνακας 2. Εκ των υστέρων ανά δυάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για την ηλικία	44
Πίνακας 3. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» ανά ηλικιακή ομάδα.....	46
Πίνακας 4. Απαντήσεις στην ερώτηση «Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;» ανά ηλικιακή ομάδα	47
Πίνακας 6. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;» ανά ηλικιακή ομάδα.....	47
Πίνακας 7. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για το φύλο	48
Πίνακας 8. Απαντήσεις στην ερώτηση «Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες; με βάση το φύλο.....	49
Πίνακας 9. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;» με βάση το φύλο	49
Πίνακας 10. Απαντήσεις στην ερώτηση «Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;» με βάση το φύλο	50
Πίνακας 11. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση το φύλο	50
Πίνακας 12. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;» με βάση το φύλο	51
Πίνακας 13. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για την εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο.....	53
Πίνακας 14. Απαντήσεις στην ερώτηση «Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο	54
Πίνακας 15. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο	54
Πίνακας 16. Απαντήσεις στην ερώτηση «Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο	55



Πίνακας 17. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο	56
Πίνακας 18. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο	56
Πίνακας 19. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για τη χρήση ψηφιακών καναλιών τραπεζικής	59
Πίνακας 20. Εκ των υστέρων ανά δυάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για τη χρήση ψηφιακών καναλιών	59
Πίνακας 21. Απάντηση στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» ε βάση τα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής	59
Πίνακας 22. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για τη συχνότητα χρήσης e-banking και mobile banking	60
Πίνακας 23. Εκ των υστέρων ανά δυάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για τη συχνότητα χρήσης e-banking και mobile banking	61
Πίνακας 24. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	63
Πίνακας 25. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	65
Πίνακας 26. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	65
Πίνακας 27. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	66
Πίνακας 29. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking	67



Υπεύθυνη Δήλωση Συγγραφέα:

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.1599/1986, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής μου εργασίας, δεν προσβάλλει κάθε μορφής δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας, προσωπικότητας και προσωπικών δεδομένων τρίτων, δεν περιέχει έργα/εισφορές τρίτων για τα οποία απαιτείται άδεια των δημιουργών/δικαιούχων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον και πληρούν τους κανόνες της επιστημονικής παράθεσης.



Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία του φοιτητή/της φοιτήτριας («συγγραφέας/δημιουργός») που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης ο/η 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/της 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/της συγγραφέα/δημιουργού. Ο/Η συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



Εισαγωγή

Στον απόηχο της παγκόσμιας χρηματοοικονομικής κρίσης μεταξύ 2007 και 2008, η χρηματοοικονομική αγορά βρέθηκε αντιμέτωπη με ένα κύμα ραγδαίας ψηφιοποίησης, που είχε ως στόχο να επανακαθορίσει τον τρόπο λειτουργίας της. Μεταβολές στις προτιμήσεις των καταναλωτών από τα παραδοσιακά τραπεζικά υποκαταστήματα στην ψηφιακή τραπεζική σε συνδυασμό με την αυξημένη διαθεσιμότητα ενός μεγάλου όγκου δεδομένων και τεχνολογικές εξελίξεις όπως η τεχνολογία blockchain, νέες τεχνολογίες ανάπτυξης εφαρμογών, η υπολογιστική στο νέφος και η είσοδος μεγάλων εταιριών τεχνολογίας στη χρηματοοικονομική αγορά, οδήγησαν στη ραγδαία ψηφιοποίηση του τρόπου διάθεσης των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών (Citterio et al., 2025).

Παράλληλα, οι ελληνικές τράπεζες εφαρμόζουν ένα πρόγραμμα εκτεταμένου ψηφιακού μετασχηματισμού, προκειμένου να μειώσουν το λειτουργικό τους κόστος, να αναδιαμορφώσουν τη λειτουργία τους και να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις των πελατών. Ο μετασχηματισμός αυτός περιλαμβάνει τόσο την ψηφιοποίηση μεγάλου μέρους των τραπεζικών υπηρεσιών όσο και τη σταδιακή μετατόπιση της έμφασης από τα φυσικά υποκαταστήματα προς τα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής (Hellenic Bank Association, 2024).

Οι ψηφιακές τράπεζες αποτελούν μια μετεξέλιξη του παραδοσιακού τραπεζικού υποδείγματος, η οποία χαρακτηρίζεται από την παροχή χρηματοοικονομικών υπηρεσιών αποκλειστικά μέσω ψηφιακών καναλιών, δίχως την ύπαρξη ενός δικτύου φυσικών τραπεζικών υποκαταστημάτων. Η παρουσία των ψηφιακών τραπεζών έχει οδηγήσει σε αύξηση του ανταγωνισμού στον χρηματοπιστωτικό τομέα, αναγκάζοντας τα παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα να επανακαθορίσουν τον τρόπο παροχής των υπηρεσιών τους. Μέσω της αξιοποίησης τεχνολογικών υποδομών, οι ψηφιακές τράπεζες είναι σε θέση να λειτουργούν με μειωμένο λειτουργικό κόστος και απλούστερες διαδικασίες, προσφέροντας υπηρεσίες με επίκεντρο τον καταναλωτή και χαμηλότερο κόστος.

Από την άλλη πλευρά, η έλλειψη φυσικών υποκαταστημάτων και η πλήρως ψηφιακή λειτουργία εγείρουν σημαντικά ζητήματα που σχετίζονται με την εμπιστοσύνη και την ασφάλεια στα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τα οποία επηρεάζουν, τουλάχιστον έως έναν βαθμό, τις αντιλήψεις και τις προθέσεις χρήσης των καταναλωτών. Κατά συνέπεια, η εξέταση των ψηφιακών τραπεζών προσφέρει σημαντικές πληροφορίες σχετικά με τον συνεχιζόμενο



μετασχηματισμό του τραπεζικού συστήματος και τους παράγοντες που διαμορφώνουν το μέλλον των τραπεζικών υπηρεσιών.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνήσει τις προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στην ελληνική αγορά, μέσα από την ανάλυση των στάσεων, των αντιλήψεων και των προθέσεων των Ελλήνων καταναλωτών απέναντι στις ψηφιακές τράπεζες. Παράλληλα, η εργασία αποσκοπεί στην αξιολόγηση του βαθμού ετοιμότητας της ελληνικής αγοράς για την υιοθέτηση ενός νέου τραπεζικού μοντέλου που βασίζεται αποκλειστικά ή κατά κύριο λόγο στην ψηφιακή τεχνολογία.

Η συμβολή της παρούσας διπλωματικής εργασίας έγκειται στην παροχή εμπειρικών δεδομένων για την κατανόηση της αποδοχής των ψηφιακών τραπεζών από τους Έλληνες καταναλωτές και την αποτύπωση των προοπτικών ανάπτυξης του συγκεκριμένου τραπεζικού μοντέλου στην Ελλάδα. Τα ευρήματα της έρευνας μπορούν να αξιοποιηθούν από τα ίδια τα τραπεζικά ιδρύματα, ψηφιακές τράπεζες αλλά και παραδοσιακά τραπεζικά ιδρύματα στη χώρα μας προκειμένου να εξεταστεί ο βαθμός ετοιμότητας της ελληνικής αγοράς για την ψηφιακή τραπεζική και τις πλήρως ψηφιακές τράπεζες, για τον σχεδιασμό στρατηγικών που θα διευκολύνουν την περαιτέρω ψηφιοποίηση των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και την διεύρυνση των ψηφιακών τραπεζών στην ελληνική αγορά. Παράλληλα, συμβάλλουν και στην διερεύνηση ενός ζητήματος που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον στον τομέα της τραπεζικής και των χρηματοοικονομικών και θα απασχολήσει στο άμεσο μέλλον ιδιαίτερα ακαδημαϊκούς και στελέχη, στη νέα πραγματικότητα που διαμορφώνεται στο τραπεζικό σύστημα και τις τραπεζικές υπηρεσίες.

Για την επίτευξη του σκοπού της διπλωματικής εργασίας εφαρμόζεται μία ποσοτική μεθοδολογία έρευνας. Πραγματοποιείται μία έρευνα ερωτηματολογίου με δείγμα 105 καταναλωτές από την ελληνική επικράτεια, προκειμένου να εξεταστούν βασικές παράμετροι αναφορικά με την ψηφιακή τραπεζική και τις προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στην Ελλάδα. Εξετάζονται ο βαθμός εξοικείωσης και χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής, οι προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στη χώρα μας, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των ψηφιακών τραπεζών από τους καταναλωτές και η επίδραση των προσωπικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών στις απόψεις αναφορικά με τις ψηφιακές τράπεζες.



Κεφάλαιο 1: Θεωρητική και Κανονιστική Προσέγγιση

1.1 Εισαγωγή στην έννοια της ψηφιακής τραπεζικής και της FinTech

Στη βιβλιογραφία δίδεται έμφαση σε διαφορετικές διαστάσεις της λειτουργίας τους για τον ορισμό των ψηφιακών τραπεζών, οι οποίες είναι γνωστές με τον όρο νεοτράπεζες (neobanks), καταδεικνύοντας τον διαφορετικό τρόπο λειτουργίας τους συγκριτικά με τις παραδοσιακές τράπεζες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους.

Οι ψηφιακές τράπεζες δημιουργήθηκαν τα τελευταία χρόνια και αποτελούν καινοτόμες τράπεζες οι οποίες βασίζονται στα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής εξυπηρέτησης, όπως ιστοσελίδες και εφαρμογές για έξυπνα κινητά τηλέφωνα, για την παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες τους. Οι τράπεζες αυτές δεν διαθέτουν φυσικά υποκαταστήματα ή τραπεζικά στελέχη και βασίζονται στην τεχνολογία για την εξυπηρέτηση των πελατών τους. Συνήθως, εξειδικεύονται σε συγκεκριμένους τομείς της χρηματοοικονομικής αγοράς, όπως οι ηλεκτρονικές πληρωμές ή η διαχείριση περιουσιακών στοιχείων (European Central Bank, 2020).

Αξιοποιούν τεχνολογικές υποδομές, όπως η υπολογιστική στο νέφος και τεχνολογίες ανάπτυξης λογισμικού, για την αλληλεπίδραση τους με τους καταναλωτές μέσω του διαδικτύου, των κοινωνικών δικτύων και κινητών τηλεφώνων. Οι ψηφιακές τράπεζες αξιοποιούν, επίσης, τα «μεγάλα δεδομένα» και εξελιγμένες τεχνικές ανάλυσης δεδομένων (Basel Committee on Banking Supervision, 2018). Η έλλειψη φυσικών τραπεζικών υποκαταστημάτων συνεπάγεται ότι οι πελάτες τους είναι σε θέση να πραγματοποιήσουν συναλλαγές με αυτές μόνο μέσω ψηφιακών καναλιών τραπεζικής εξυπηρέτησης (Nel & Boshoff, 2021). Οι ψηφιακές τράπεζες προσφέρουν στους πελάτες τους φιλικές προς τον χρήστη ψηφιακές εφαρμογές και χρησιμοποιούν ιδιαίτερα εξελιγμένα πληροφοριακά συστήματα (Boot et al., 2021).

Συνεπώς, οι ψηφιακές τράπεζες εισάγουν ένα νέο υπόδειγμα τραπεζικής λειτουργίας, το οποίο βασίζεται στη χρήση εξελιγμένων τεχνολογιών, όπως είναι τα μεγάλα δεδομένα και εξελιγμένες τεχνικές ανάλυσης δεδομένων, τα έξυπνα συμβόλαια, το blockchain και οι αλγόριθμοι για τη διαχείριση χαρτοφυλακίου, προκειμένου να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών τραπεζών, προσφέροντας τραπεζικές υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος και καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών σε διάφορους κλάδους της



χρηματοοικονομικής αγοράς, όπως είναι οι ηλεκτρονικές πληρωμές, ο δανεισμός και η διαχείριση χαρτοφυλακίου (Citterio et al., 2025).

Μία ψηφιακή τράπεζα μπορεί να λειτουργεί αυτόνομα, διαθέτοντας τραπεζική άδεια, όντας σε θέση να παρέχει χρηματοοικονομικές υπηρεσίες ανεξάρτητα, όπως και οι παραδοσιακές τράπεζες, δίχως την ανάγκη συνεργασίας με κάποια από αυτές. Συνεπώς, οι τράπεζες αυτές είναι σε θέση να λειτουργήσουν ως ανταγωνιστές των παραδοσιακών τραπεζών στη χρηματοπιστωτική αγορά. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και ψηφιακές τράπεζες που δεν διαθέτουν τραπεζική άδεια. Έτσι, οι ψηφιακές αυτές τράπεζες προκειμένου να είναι σε θέση να παρέχουν χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες θα πρέπει να προχωρήσουν σε συνεργασία με μία παραδοσιακή τράπεζα. Με βάση αυτό το υπόδειγμα, η συμμόρφωση με το κανονιστικό πλαίσιο και η διαχείριση κινδύνου αποτελεί ευθύνη της παραδοσιακής τράπεζας, με την ψηφιακή τράπεζα να παρέχει την τεχνολογική τεχνογνωσία και υποδομές. Ένας τρίτος τύπος ψηφιακών τραπεζών εντάσσεται σε ένα υβριδικό υπόδειγμα λειτουργίας, με τις τράπεζες αυτές να διαθέτουν άδεια να παρέχουν συγκεκριμένες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες, ενώ για την παροχή πρόσθετων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών απαιτείται η συνεργασία με μία παραδοσιακή τράπεζα (Temelkon, 2022).

Η χρηματοοικονομική τεχνολογία (FinTech) αφορά τη διάθεση νέων, καινοτόμων χρηματοοικονομικών υπηρεσιών με τη χρήση της τεχνολογίας. Περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα καινοτομιών στον χρηματοοικονομικό τομέα, από τις ηλεκτρονικές πληρωμές και τη χορήγηση δανείων μέχρι τη διαχείριση χαρτοφυλακίου, με την αξιοποίηση σύγχρονων τεχνολογιών, όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η τεχνολογία blockchain και οι εφαρμογές για έξυπνα κινητά τηλέφωνα (Murinde et al., 2022).

Η ανάδειξη της χρηματοοικονομικής τεχνολογίας (FinTech) οδήγησε σε σημαντικές αλλαγές στον τρόπο διάθεσης των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, με την τεχνολογία να συμβάλλει στην ανάδειξη και νέων χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων στην αγορά, όπως οι νεοτράπεζες, όπως αποκαλούνται οι πλήρως ψηφιακές τράπεζες, καθώς εισάγουν ένα νέο υπόδειγμα τραπεζικής που δεν βασίζεται στη φυσική παρουσία και την ύπαρξη τραπεζικών υποκαταστημάτων (Temelkon, 2022), οι οποίες βασίζονται στην παραγωγή και διάθεση τραπεζικών προϊόντων και υπηρεσιών χάρη στην αξιοποίηση της τεχνολογικής καινοτομίας (European Central Bank, 2020). Παράλληλα, η πανδημία Covid-19 οδήγησε σε σημαντική αύξηση της ψηφιοποίησης του τρόπου παροχής των τραπεζικών υπηρεσιών (Maiti et al., 2022).



1.2 Η διεθνής εμπειρία και τα κυρίαρχα επιχειρηματικά μοντέλα

Στα τέλη του 2024, σύμφωνα με την έρευνα των Citterio et al., (2025) λειτουργούσαν 60 ψηφιακές τράπεζες στην Ευρωζώνη, με τις 7 από αυτές να αποτελούν θυγατρικές παραδοσιακών τραπεζών. Η αύξηση του μεριδίου αγοράς των υφιστάμενων ψηφιακών τραπεζών και η είσοδος νέων ψηφιακών τραπεζών στην αγορά, είχε ως αποτέλεσμα το συνολικό μερίδιο αγοράς των ψηφιακών τραπεζών να αυξηθεί από 3,1% το 2019 σε 3,9% το 2024. Η πλειοψηφία των κεφαλαίων των ψηφιακών τραπεζών που λειτουργούν στις χώρες που αποτελούν τη ζώνη του ευρώ προέρχεται από μικροκαταθέτες, με τις καταθέσεις λιανικής να αποτελούν περίπου το 80% των κεφαλαίων των ψηφιακών τραπεζών της Ευρωζώνης. Οι εταιρικές καταθέσεις και οι καταθέσεις χονδρικής αποτελούν σημαντικά χαμηλότερο ποσοστό των καταθέσεων των ψηφιακών τραπεζών. Το μέσο ύψος των καταθέσεων στις ψηφιακές τράπεζες είναι μικρότερο από το αντίστοιχο των παραδοσιακών τραπεζών. Η έλλειψη διαφοροποίησης των πηγών χρηματοδότησης των ψηφιακών τραπεζών και η αποκλειστική χρήση ψηφιακών καναλιών θα μπορούσε να τις καταστήσει ευάλωτες σε ενδεχόμενο μαζικών αναλήψεων (Garcia et al., 2025).

Ανάλυση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (Garcia et al., 2025) διαπιστώνει δύο κυρίαρχα επιχειρηματικά μοντέλα για τις ψηφιακές τράπεζες της Ευρωζώνης. Ορισμένες τράπεζες δραστηριοποιούνται κυρίως στη συλλογή καταθέσεων και τη χορήγηση δανείων μέσω ψηφιακών καναλιών. Η πλειοψηφία των ψηφιακών αυτών τραπεζών ειδικεύεται στη χορήγηση καταναλωτικών και στεγαστικών δανείων και δανείων προς μη χρηματοοικονομικές επιχειρήσεις, δηλαδή τις λεγόμενες επιχειρήσεις της πραγματικής οικονομίας. Το δεύτερο επιχειρηματικό μοντέλο αφορά τη λειτουργία των ψηφιακών τραπεζών που λειτουργούν ανάλογα με τα αμοιβαία κεφάλαια χρηματαγοράς. Οι ψηφιακές τράπεζες αυτού του επιχειρηματικού μοντέλου δεν προχωρούν στη χορήγηση δανείων, αλλά επενδύουν τα κεφάλαια που συγκεντρώνουν σε υψηλής ποιότητας περιουσιακά στοιχεία που διαθέτουν υψηλή ρευστότητα, όπως είναι τα αποθεματικά των κεντρικών τραπεζών. Ανεξαρτήτως επιχειρηματικού μοντέλου, οι ψηφιακές τράπεζες της Ευρωζώνης χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερα υψηλή ρευστότητα, είτε ως μέσο προστασίας από μαζικές αναλήψεις καταθέσεων, είτε λόγω αδυναμίας παραγωγικής διάθεσης των κεφαλαίων τους.

Με βάση την έρευνα των Citterio et al., (2025), στην Ε.Ε. των 28 λειτουργούν 65 ψηφιακές τράπεζες. Η έρευνα διαπιστώνει 3 επιχειρηματικά μοντέλα μεταξύ των ψηφιακών τραπεζών



της Ευρώπης. Το πρώτο επιχειρηματικό μοντέλο αφορά ψηφιακές τράπεζες που βασίζονται στην προσέλκυση καταθέσεων και την παροχή συναλλαγών πληρωμών και χρηματοοικονομικών συναλλαγών. Τα περισσότερα έσοδα αυτών των τραπεζών προέρχονται από τέλη συναλλαγών και προμήθειες καθώς και τη διαφορά επιτοκίου από την τοποθέτηση αυτών των κεφαλαίων και όχι από την παροχή δανείων. Η λειτουργία τους συνίσταται κυρίως στην παροχή υπηρεσιών ψηφιακών πληρωμών και παροχής ρευστότητας. Δίνουν έμφαση στην επέκταση της πελατειακής τους βάσης και τον μεγάλο όγκο συναλλαγών. Ο πιστωτικός κίνδυνος που αντιμετωπίζουν είναι ιδιαίτερα μικρός και κατά συνέπεια χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα και κεφαλαιακή επάρκεια. Ένα άλλο επιχειρηματικό μοντέλο ψηφιακής τράπεζας αφορά τις ψηφιακές τράπεζες που ειδικεύονται στη χορήγηση δανείων, προς καταναλωτές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα κέρδη τους προέρχονται κυρίως από τη διαφορά επιτοκίου μεταξύ του επιτοκίου χορηγήσεων και του κόστους κεφαλαίου τους. Καθώς μεγάλο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από τη χορήγηση δανείων αντιμετωπίζουν και μεγαλύτερο πιστωτικό κίνδυνο. Επιδιώκουν τη μεγιστοποίηση των αποδόσεων αποδεχόμενες μεγαλύτερη μεταβλητότητα. Καθώς σε αντίθεση με τις παραδοσιακές τράπεζες βασίζονται στη χρήση αλγόριθμων έναντι μακροχρόνιων σχέσεων με τους πελάτες τους, οι τράπεζες αυτές αντιμετωπίζουν προβλήματα ασύμμετρης πληροφόρησης.

Πρόσθετο επιχειρηματικό μοντέλο αφορά τις ψηφιακές τράπεζες που λαμβάνουν καταθέσεις και προχωρούν σε δανεισμό, αλλά εισπράττουν και τέλη για την παροχή υπηρεσιών πληρωμών. Οι ψηφιακές τράπεζες που ακολουθούν το συγκεκριμένο επιχειρηματικό μοντέλο εμφανίζουν μεγαλύτερη κερδοφορία από τους άλλους 2 τύπους ψηφιακών τραπεζών στην Ευρωπαϊκή Ένωση και επιτυγχάνουν οικονομίες φάσματος. Σύμφωνα με τους Citterio et al., (2025), το συγκεκριμένο επιχειρηματικό μοντέλο εμφανίζεται να είναι το πλέον αποτελεσματικό στην Ευρώπη, με τις τράπεζες αυτές να είναι σε θέση να αυξήσουν τα μεγέθη τους και να περιορίσουν το κόστος και την έκθεση τους σε κίνδυνο όταν καταφέρουν να επιτύχουν λειτουργία σε κλίμακα.

Όπως διαπιστώνει, όμως, η έρευνα των Citterio et al., (2025), οι ψηφιακές τράπεζες παρουσιάζουν χαμηλότερη απόδοση συγκριτικά με τις παραδοσιακές τράπεζες. Αποδίδουν τη χαμηλότερη κερδοφορία των ψηφιακών τραπεζών έναντι των τραπεζών του παραδοσιακού τραπεζικού τομέα της Ευρώπης στα υψηλά λειτουργικά τους έξοδα και όχι σε έλλειψη εσόδων ή υπερβολικό πιστωτικό κίνδυνο. Δυσανάλογα μεγάλο μέρος του συνολικού κόστους των ψηφιακών τραπεζών της Ευρώπης προέρχεται από μη μισθολογικές δαπάνες, όπως έξοδα για



πληροφορικές υποδομές, δαπάνες για υπηρεσίες από τρίτους και δαπάνες διαφήμισης και προώθησης. Οι δαπάνες αυτές οφείλονται στις επενδύσεις που απαιτούνται για τη δημιουργία των απαραίτητων ψηφιακών υποδομών και την προσέλκυση πελατών σε αγορές που χαρακτηρίζονται από έντονο ανταγωνισμό.

Η χαμηλότερη απόδοση των ψηφιακών τραπεζών, συνεπώς, δεν οφείλεται ούτε σε χαμηλότερα έσοδα, ούτε σε υψηλότερες επισφάλειες έναντι των παραδοσιακών τραπεζών. Τα έσοδα από τόκους είναι αντίστοιχα με των παραδοσιακών τραπεζών με βάση το μέγεθος και το επιχειρηματικό μοντέλο, ενώ και τα ποσοστά μη εξυπηρετούμενων δανείων δεν διαφέρουν σημαντικά. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, όμως, οι διαφοροποιημένες τράπεζες, που εφαρμόζουν ένα υβριδικό επιχειρηματικό μοντέλο, που συνδυάζει διάφορες τραπεζικές λειτουργίες, κατ' αντιστοιχία με τις παραδοσιακές τράπεζες, επιτυγχάνουν καλύτερες αποδόσεις. Οι Citterio et al., (2025) καταλήγουν πως η χαμηλότερη κερδοφορία των ψηφιακών τραπεζών στην Ευρώπη είναι μεταβατικού χαρακτήρα και δεν οφείλεται σε διαρθρωτικές αδυναμίες τους, αλλά κυρίως στις προσπάθειες τους για τη δημιουργία και επέκταση της πελατειακής τους βάσης και την επίτευξη οικονομιών κλίμακας, με την αύξηση της κλίμακας λειτουργίας τους να οδηγεί και σε μείωση του λειτουργικού τους κόστους και την αύξηση της κερδοφορίας τους σε ανάλογα επίπεδα με τα αντίστοιχα των παραδοσιακών τραπεζών.

1.3 Το ελληνικό τραπεζικό περιβάλλον και ο βαθμός ψηφιακής ωριμότητας

Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία των εμπορικών τραπεζών, με τις επενδυτικές και συνεταιριστικές τράπεζες να συμπληρώνουν το εγχώριο τραπεζικό σύστημα. Η βασική λειτουργία των εμπορικών τραπεζών στη χώρα μας αφορά τη μετατροπή των καταθέσεων σε πιστώσεις προς νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Ο τραπεζικός δανεισμός αποτελεί την κυρίαρχη μορφή άντλησης κεφαλαίων στην ελληνική οικονομία, με περιορισμένη ανάπτυξη πιο σύνθετων χρηματοδοτικών εργαλείων (Challoumis & Eriotis, 2024).

Κατά την περίοδο πριν από την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση, ο ελληνικός τραπεζικός τομέας παρουσίασε σημαντική επέκταση ως προς το μέγεθος και τη λειτουργική του διάρθρωση. Το εγχώριο τραπεζικό σύστημα χαρακτηριζόταν από έναν σχετικά μεγάλο αριθμό πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνταν στην ελληνική τραπεζική αγορά, εκτεταμένο δίκτυο υποκαταστημάτων σε λειτουργία και αυξημένο ύψος συνολικών στοιχείων ενεργητικού, γεγονός που αντανάκλασε την εκτεταμένη πιστωτική επέκταση που έλαβε χώρα μετά την



είσοδο της Ελλάδας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση, χάρη στις ευνοϊκές μακροοικονομικές συνθήκες που επικράτησαν.

Η δραστηριότητα των ελληνικών τραπεζών ενισχύθηκε τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στο εξωτερικό, ενώ η απασχόληση στον τραπεζικό τομέα αυξήθηκε παράλληλα με τη διεύρυνση του δικτύου υποκαταστημάτων. Κατά την ίδια περίοδο, ο βαθμός τραπεζικής διαμεσολάβησης, όπως αποτυπώνεται από τα συνολικά στοιχεία ενεργητικού των τραπεζών ως ποσοστό του ΑΕΠ, ακολούθησε ανοδική πορεία. Την περίοδο αυτή ο τραπεζικός τομέας παρουσίαζε σαφώς χαμηλότερη συγκέντρωση αγοράς συγκριτικά με σήμερα, με τη δραστηριοποίηση στην εγχώρια αγορά τόσο εγχώριων όσο και ξένων τραπεζών (Chalamandaris et al., 2023).

Η παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση του 2008, και στη συνέχεια η κρίση δημοσίου χρέους της Ελλάδας, αποτέλεσε σημείο καμπής για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα (Challoumis & Eriotis, 2024). Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, η δομή του εγχώριου τραπεζικού τομέα μεταβλήθηκε ριζικά. Η παρατεταμένη ύφεση, η απομόχλευση του ιδιωτικού τομέα και η απότομη αύξηση των μη εξυπηρετούμενων δανείων επηρέασαν σημαντικά τους ισολογισμούς των τραπεζών. Πολλά πιστωτικά ιδρύματα εξήλθαν από την αγορά λόγω χρεοκοπιών ή συγχωνεύσεων (Chalamandaris et al., 2023).

Ως αποτέλεσμα αυτών των εξελίξεων, ο αριθμός των πιστωτικών ιδρυμάτων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά μειώθηκε σημαντικά, με αποτέλεσμα την αύξηση της συγκέντρωσης αγοράς στον τραπεζικό τομέα. Τα συνολικά στοιχεία ενεργητικού των τραπεζών μειώθηκαν ιδιαίτερα. Παράλληλα, το δίκτυο υποκαταστημάτων και η απασχόληση στον τραπεζικό τομέα επίσης περιορίστηκαν σημαντικά, στο πλαίσιο προγραμμάτων αναδιάρθρωσης και μείωσης του λειτουργικού κόστους των τραπεζών, μέσω προγραμμάτων εθελουσίας εξόδου του προσωπικού. Κατά την ίδια περίοδο, η παρουσία ξένων τραπεζών στην Ελλάδα περιορίστηκε ιδιαίτερα, καθώς αρκετές αποσύρθηκαν από την ελληνική αγορά (Chalamandaris et al., 2023).

Μετά την κορύφωση της κρίσης, ο τραπεζικός τομέας στη χώρα μας εισήλθε σε φάση σχετικής σταθεροποίησης, αν και σε σημαντικά μικρότερη κλίμακα σε σύγκριση με την προ κρίσης περίοδο, με την επικράτηση τεσσάρων συστημικών τραπεζών, οι οποίες πλέον συγκέντρωναν το μεγαλύτερο μέρος των στοιχείων ενεργητικού, των καταθέσεων και της πιστωτικής δραστηριότητας του εγχώριου χρηματοπιστωτικού τομέα. Τα συνολικά στοιχεία ενεργητικού των τραπεζών ως ποσοστό του ΑΕΠ παρέμειναν σε επίπεδα χαμηλότερα από εκείνα της



περιόδου προ κρίσης. Το δίκτυο υποκαταστημάτων και ο αριθμός των εργαζομένων συνέχισαν να μειώνονται, αντανakλώντας τις προσπάθειες βελτίωσης της αποτελεσματικότητας των τραπεζών και προσαρμογής τους στις νέες συνθήκες στην οικονομία και τη χρηματοπιστωτική αγορά.

Από το 2020 και έπειτα, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, περαιτέρω αναδιάρθρωση της λειτουργίας των τραπεζών και σταδιακή προσαρμογή στις νέες τεχνολογικές και ρυθμιστικές απαιτήσεις. Οι τέσσερις συστημικές τράπεζες εξακολουθούν να διαδραματίζουν κυρίαρχο ρόλο, ενώ τα υπόλοιπα πιστωτικά ιδρύματα αντιπροσωπεύουν ένα μικρό μόνο ποσοστό των στοιχείων ενεργητικού και της πιστωτικής δραστηριότητας του εγχώριου τραπεζικού τομέα. Καταγράφεται περαιτέρω μείωση του αριθμού των υποκαταστημάτων σε λειτουργία και του προσωπικού, παράλληλα με αύξηση της χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών από την πλευρά των καταναλωτών. Παράλληλα, η βελτίωση της ποιότητας του ενεργητικού και των δεικτών κεφαλαιακής επάρκειας συνέβαλε στη σταδιακή εξομάλυνση της λειτουργίας του τραπεζικού τομέα μετά το τέλος της πανδημίας (Chalamandaris et al., 2023).

Ο αριθμός των απασχολούμενων υπαλλήλων μεταξύ 2200 και 2024 στο τραπεζικό σύστημα της χώρας μας μειώθηκε κατά 29,4%, από 33.097 υπαλλήλους το 2020 σε 27.650 υπαλλήλους το 2024. Την ίδια περίοδο, ο αριθμός των υποκαταστημάτων σε λειτουργία μειώθηκε κατά 48,5%, από 1.702 το 2020 σε 1.383 το 2024, ενώ, αντίθετα, ο αριθμός των μηχανημάτων αυτόματης ανάληψης (ATM) αυξήθηκε κατά 13% και διαμορφώθηκε από 5.925 ATM το 2020 σε 6.167 ATM το 2024. Ο αριθμός των ενεργών πιστωτικών, χρεωστικών και προπληρωμένων καρτών ανήλθε σε 21,7 εκατομμύρια το 2024 έναντι 18,1 εκατομμυρίων το 2020, με τον αριθμό των συναλλαγών με τη χρήση καρτών να αυξάνεται από 1,204 δισεκατομμύρια σε 2,284 δισεκατομμύρια κατά το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (Hellenic Bank Association, 2025).

Την ίδια περίοδο, ο όγκος των συναλλαγών με τραπεζικές κάρτες αυξήθηκε από 34,1 δισεκατομμύρια ευρώ το 2020 σε 63,2 δισεκατομμύρια ευρώ το 2024. Ο βαθμός συγκέντρωσης της εγχώριας τραπεζικής αγοράς συνέχισε να αυξάνεται, με τον αριθμό των τραπεζών που δραστηριοποιούνται στην ελληνική αγορά το 2024 να ανέρχεται σε 13 έναντι 35 που λειτουργούσαν το 2009, με τις 9 από αυτές να είναι εμπορικές τράπεζες και οι υπόλοιπες 4 συνεργατικές τράπεζες. Το 2024 οι 4 συστημικές τράπεζες, η Εθνική Τράπεζα, η Τράπεζα Πειραιώς, η Eurobank και η Alpha Bank, μαζί με την πέμπτη μεγαλύτερη τράπεζα της χώρας,



την Credia Bank, κατείχαν το 96% των συνολικών στοιχείων ενεργητικού του τραπεζικού τομέα. Παρά το γεγονός ότι εξακολουθούν να δραστηριοποιούνται στη χώρα μας 21 παραρτήματα ξένων τραπεζών, το μερίδιο αγοράς τους είναι πλέον εξαιρετικά περιορισμένο (Hellenic Bank Association, 2025).

Οι εξελίξεις αυτές αποτελούν αποτέλεσμα μίας στρατηγικής ψηφιακού μετασχηματισμού που υιοθέτησαν οι ελληνικές τράπεζες κατά τα τελευταία χρόνια στα πλαίσια εκσυγχρονισμού της λειτουργίας τους. Όπως σημειώνει η Ελληνική Ένωση τραπεζών, τα τελευταία χρόνια οι ελληνικές τράπεζες βρίσκονται σε μια διαδικασία μετασχηματισμού του τρόπου λειτουργίας τους, προκειμένου να είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις σύγχρονες εξελίξεις στην διεθνή οικονομία, αλλά και τις προκλήσεις για τις τράπεζες από την τεχνολογική πρόοδο. Οι τράπεζες καλούνται να αναπτύξουν αποτελεσματικές στρατηγικές σε ένα νέο περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από την είσοδο νέων παιχτών στη χρηματοοικονομική αγορά, ένα σύνθετο και διαρκώς εξελισσόμενο ρυθμιστικό και κανονιστικό πλαίσιο, τη μεταβολή των συνηθειών και προτιμήσεων των καταναλωτών και την ανάδειξη νέων τεχνολογιών που επανακαθορίζουν τη δομή και τη λειτουργία της χρηματοοικονομικής αγοράς (Ελληνική Ένωση Τραπεζών, 2021).

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτέλεσε στρατηγική επιλογή για το ελληνικό τραπεζικό σύστημα, υπό την πίεση του εντεινόμενου ανταγωνισμού από επιχειρήσεις χρηματοοικονομικής τεχνολογίας και της εισόδου μεγάλων πολυεθνικών εταιριών τεχνολογίας στον κλάδο των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και ιδιαίτερα των ψηφιακών πληρωμών. Η είσοδος στην αγορά μεγάλων επιχειρήσεων τεχνολογίας ενίσχυσε την πίεση στο παραδοσιακό υπόδειγμα τραπεζικής λειτουργίας, αν και οι ελληνικές τράπεζες δεν αντιμετωπίζουν ανάλογο ανταγωνισμό από νέους παίχτες στην τραπεζική αγορά με τις τράπεζες του εξωτερικού. Παρ' όλα αυτά, ο ψηφιακός μετασχηματισμός τον τραπεζών αποτελεί άμεση και επιτακτική ανάγκη για την επιβίωση και ανάπτυξη τους στη σύγχρονη τραπεζική αγορά που εξελίσσεται διαρκώς (Challoumis & Eriotis, 2025).

Το έτος 2020 αποτέλεσε ορόσημο στη διαδικασία ψηφιακού μετασχηματισμού των τραπεζών. Η στροφή προς τα ψηφιακά κανάλια απέκτησε ιδιαίτερη σημασία και κατέστη αναπόφευκτη κατά την περίοδο της πανδημίας COVID-19, όταν τα μέτρα περιορισμού της κοινωνικής κινητικότητας, η τηλεργασία και οι περιορισμοί στις φυσικές επαφές οδήγησαν σε κατακόρυφη αύξηση της χρήσης ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών. Έως το τέλος του 2020, οι ελληνικές τράπεζες προχώρησαν στη σημαντική αναβάθμιση των τεχνολογικών τους υποδομών, γεγονός



που επέτρεψε την επέκταση της λειτουργικότητας και την αναβάθμιση της ποιότητας των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Οι ελληνικές τράπεζες διαθέτουν ένα ευρύ φάσμα ψηφιακών δυνατοτήτων, συμπεριλαμβανομένων εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα και υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Η εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής από τις ελληνικές τράπεζες επιτρέπει την πραγματοποίηση συναλλαγών δίχως φυσικούς ή χρονικούς περιορισμούς. Χάρη στην ψηφιακή τραπεζική, οι βασικές τραπεζικές λειτουργίες δεν διαταράχθηκαν ακόμα και κατά τη διάρκεια της πανδημίας, γεγονός που αναδεικνύει τη σημασία των επενδύσεων σε προηγμένες ψηφιακές υποδομές (Challoumis & Eriotis, 2025).

Παράλληλα, η πανδημία επιτάχυνε τις μεταβολές που συντελούνταν ήδη στις προτιμήσεις και τη συμπεριφορά των πελατών των τραπεζών, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση ενός τραπεζικού συστήματος με έμφαση στις ψηφιακές λειτουργίες. Στα τέλη του 2020, οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής στην Ελλάδα είχαν επεκταθεί αισθητά ως προς τη λειτουργικότητά τους, παρέχοντας συνεχή πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα τραπεζικών συναλλαγών.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός αποτελεί μία διαδικασία που βρίσκεται σε εξέλιξη, με τις ελληνικές τράπεζες να επενδύουν διαρκώς στην αναβάθμιση των ψηφιακών τους δεξιοτήτων. Ταυτόχρονα, όμως, αναδεικνύονται και κίνδυνοι σχετικά με την προστασία των προσωπικών δεδομένων, την κυβερνοασφάλεια και τη διασφάλιση της εμπιστευτικότητας και της ασφάλειας των συναλλαγών. Προς αυτή την κατεύθυνση, οι τράπεζες προχωρούν σε σημαντικές επενδύσεις για την ενίσχυση των συστημάτων ασφαλείας τους και τη συμμόρφωση τους με το κανονιστικό πλαίσιο για την προστασία των ευαίσθητων δεδομένων των πελατών (Challoumis & Eriotis, 2025).

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των τραπεζών δεν επιδιώκει μόνο τη βελτίωση της λειτουργικής τους αποτελεσματικότητας, αλλά αποτελεί μέρος της στρατηγικής των τραπεζών για την αντιμετώπιση των νέων ανταγωνιστικών προκλήσεων στη σύγχρονη χρηματοοικονομική αγορά. Επιτρέπει στις τράπεζες να διευρύνουν την πελατειακή τους βάση, να προσφέρουν νέες, σύγχρονες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και να μετεξελίσσουν το παραδοσιακό υπόδειγμα τραπεζικής λειτουργίας.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των ελληνικών τραπεζών αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για τη μακροπρόθεσμη βελτίωση της αποτελεσματικότητας τους, μέσω της μείωσης του λειτουργικού τους κόστους. Εντάσσεται σε μία ευρύτερη μεταβολή της χρηματοπιστωτικής



αγοράς από τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά της τραπεζικής λειτουργίας κατά τον 20ο αιώνα προς ένα νέο υπόδειγμα με έμφαση στην αξιοποίηση της τεχνολογίας και των ψηφιακών μέσων. Αποτελεί μέρος της ψηφιοποίησης και της ωρίμανσης του εγχώριου τραπεζικού συστήματος και συμβάλλει στη σύγκλιση του με τα ευρωπαϊκά πρότυπα, αν και απαιτείται περαιτέρω πρόοδος για την πλήρη υιοθέτηση των βέλτιστων διεθνών πρακτικών (Challoumis & Eriotis, 2025).

Στην Ελλάδα λειτουργεί πλέον η πρώτη ψηφιακή τράπεζα, δανειοδοτημένη από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, η Snappi, η οποία ιδρύθηκε το 2022 στα Ιωάννινα και έλαβε τραπεζική άδεια λειτουργίας από την ΕΚΤ το 2024. Για τη χρήση του 2024 τα ίδια κεφάλαια της τράπεζας ανήλθαν σε 22,1 εκατομμύρια ευρώ (Snappi Τράπεζα Α.Ε., 2024). Αν και τα μεγέθη της προς το παρόν είναι ιδιαίτερα περιορισμένα, αποτελεί την πρώτη τράπεζα στη χώρα μας που βασίζεται αποκλειστικά σε ψηφιακά μέσα και δεν ακολουθεί το παραδοσιακό τραπεζικό υπόδειγμα και δεν αποτελεί παραδοσιακή τράπεζα με ψηφιακές λειτουργίες και δυνατότητες.

1.4 Το ισχύον κανονιστικό και εποπτικό πλαίσιο στην Ελλάδα και την ΕΕ

Αναγνωρίζοντας την ολοένα αυξανόμενη σημασία της ψηφιακής τραπεζικής και της χρήσης της πληροφορικής τεχνολογίας στη χρηματοοικονομική αγορά, τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προχωρήσει σε μια σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών με στόχο τη δημιουργία ενός συνεκτικού και κανονιστικού και εποπτικού πλαισίου για τη ρύθμιση .

1.4.1 Ο Κανονισμός για την Επιχειρησιακή Ψηφιακή Ανθεκτικότητα (DORA)

Ο Κανονισμός για την Επιχειρησιακή Ψηφιακή Ανθεκτικότητα (Digital Operational Resilience Act – DORA) επιδιώκει τη θωράκιση του χρηματοπιστωτικού συστήματος έναντι της ραγδαίας αύξησης των κυβερνοαπειλών και των προκλήσεων ασφαλείας. Εξαιτίας της αυξανόμενης ψηφιοποίησης στη λειτουργία του χρηματοοικονομικού τομέα, οι κυβερνοεπιθέσεις, περιστατικά επιθέσεων με στόχο τον έλεγχο των πληροφοριακών δεδομένων με αντάλλαγμα λύτρα (ransomware), επιθέσεις κλοπής των προσωπικών δεδομένων και κωδικών ασφαλείας (phishing) και προβλήματα και αστοχίες στη λειτουργία των πληροφοριακών συστημάτων, αποτελούν σημαντικούς κινδύνους με δυνητικές επιπτώσεις στη χρηματοπιστωτική σταθερότητα. Κεντρικός στόχος του κανονισμού DORA είναι να διασφαλίσει ότι οι χρηματοπιστωτικές οντότητες που λειτουργούν στην ΕΕ είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν



πιθανά προβλήματα και απειλές στις πληροφοριακές υποδομές και τα ψηφιακά τους συστήματα (Clausmeier, 2023).

Ο κανονισμός DORA χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερα ευρύ προσωπικό πεδίο εφαρμογής, καθώς καλύπτει το σύνολο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών τραπεζών και των παρόχων υπηρεσιών πληρωμών, καθώς οι ψηφιακοί κίνδυνοι και απειλές μπορούν να διαχυθούν σε ολόκληρο το χρηματοπιστωτικό σύστημα και να αποτελέσουν σημαντική απειλή για τη σταθερότητα του.

Η προσέγγιση που υιοθετεί ο κανονισμός DORA βασίζεται ξεκάθαρα στο μέγεθος της απειλής για το χρηματοπιστωτικό σύστημα και την αρχή της αναλογικότητας. Οι υποχρεώσεις που απορρέουν από τον κανονισμό εφαρμόζονται ανάλογα με το μέγεθος, τη φύση, την πολυπλοκότητα και το προφίλ κινδύνου κάθε χρηματοοικονομικής οντότητας, ενώ για τις μικρότερες χρηματοοικονομικές οντότητες οι υποχρεώσεις είναι περισσότερο περιορισμένες.

Ο κανονισμός DORA σχετίζεται με τις Οδηγίες για την Δικτυακή και Πληροφοριακή Ασφάλεια (Network and Information Security), NIS και την NIS2, που αφορούν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τομείς της οικονομίας που θεωρούνται κρίσιμοι, αλλά ο κανονισμός DORA υπερισχύει των NIS και NIS2 σε περιπτώσεις όπου οι δύο κανονισμοί επικαλύπτονται. Έτσι, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα υπάγονται σε ένα ενιαίο και εξειδικευμένο κανονιστικό καθεστώς κυβερνοασφάλειας.

Θεσπίζονται λεπτομερείς και δεσμευτικές απαιτήσεις ως προς την ψηφιακή διακυβέρνηση και τη διαχείριση τεχνολογικών κινδύνων. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να εφαρμόζουν εσωτερικά πλαίσια ψηφιακής διακυβέρνησης που αφορούν την πρόληψη, τον εντοπισμό την αποκατάσταση και την αποκάλυψη των κινδύνων και των παραβιάσεων ασφαλείας. Στις προβλέψεις του κανονισμού περιλαμβάνονται η ανάγκη κατάρτισης σχεδίων για τη διασφάλιση της επιχειρησιακής συνέχειας σε περιπτώσεις ψηφιακών απειλών και προβλημάτων, μηχανισμούς εφεδρικής αποθήκευσης και ανάκτησης των δεδομένων, καθώς και η έμφαση της διοίκησης στην αντιμετώπιση των ψηφιακών κινδύνων (Clausmeier, 2023).

Ο κανονισμός ρυθμίζει επίσης την εξωτερική ανάθεση (outsourcing) υπηρεσιών πληροφορικής και επικοινωνιών, ιδιαίτερα σε μεγάλες επιχειρήσεις τεχνολογίας που ειδικεύονται στην παροχή υπηρεσιών υπολογιστικής στο νέφος. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα θα πρέπει να διαθέτουν ένα λεπτομερές αρχείο με τις συμφωνίες παροχής πληροφοριακών υπηρεσιών από τρίτους, ενώ οι συμβάσεις αυτές θα πρέπει να περιέχουν και δικλείδες ασφαλείας ως προς τους



κινδύνους και τις κυβερνοαπειλές. Ταυτόχρονα, ο DORA εισάγει τη δημιουργία ενός ευρωπαϊκού πλαισίου επίβλεψης κρίσιμων παρόχων πληροφοριακών υπηρεσιών, με τις ευρωπαϊκές εποπτικές αρχές να είναι σε θέση να ζητήσουν την παροχή πληροφοριών και να προχωρήσουν σε επιθεωρήσεις και συστάσεις. Έτσι, μπορεί να συμβάλλει ουσιαστικά στην αντιμετώπιση των συστημικών κινδύνων απορρέουν από την εξάρτηση των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων από τις μεγάλες εταιρίες τεχνολογίας και να καταστήσει τους κινδύνους που συνδέονται με την παροχή υπηρεσιών πληροφορικής από τρίτους περισσότερο ξεκάθαρους και ταυτόχρονα διαχειρίσιμους (Clausmeier, 2023).

Ο DORA συμβάλλει στην εναρμόνιση των διαδικασιών αναφοράς περιστατικών που αφορούν τα πληροφοριακά συστήματα. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα οφείλουν να καταγράφουν όλα τα σχετικά περιστατικά και να αναφέρουν τα σημαντικά βάσει κριτηρίων, όπως το αν επέφεραν διακοπή υπηρεσιών, η διάρκεια τους και ο οικονομικός τους αντίκτυπος. Δημιουργείται έτσι ένα κοινό πλαίσιο αναφοράς έναντι συγκριτικά με το κατακερματισμένο τοπίο που υπήρχε με διαφορετικές απαιτήσεις με βάση το εκάστοτε εθνικό πλαίσιο.

Προβλέπεται ακόμη η διενέργεια τακτικών ελέγχων ψηφιακής επιχειρησιακής ανθεκτικότητας, ιδιαίτερα έναντι απειλών μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης στα πληροφοριακά συστήματα των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Ιδιαίτερα τα μεγάλα και συστημικά σημαντικά ιδρύματα θα πρέπει να διενεργούν ελέγχους ψηφιακής ανθεκτικότητας τουλάχιστον ανά τριετία.

Οι έλεγχοι είναι καθοριστικής σημασίας προκειμένου η συμμόρφωση με τις προβλέψεις του κανονισμού να είναι ουσιαστική και να μην περιορίζεται στις τυπικές προϋποθέσεις του κανονισμού, αλλά να συμβάλλει στην ουσιαστική ενίσχυση της επιχειρησιακής ανθεκτικότητας των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, αν και αναπόφευκτα κάτι τέτοιο συνεπάγεται κάποιο κόστος (Clausmeier, 2023).

1.4.2 Οδηγία για τις Υπηρεσίες Πληρωμών II (PSD II)

Η Οδηγία για τις Υπηρεσίες Πληρωμών (Payments Services Directive - PSD II) δεν αποτελεί απλά μία τεχνική αναθεώρηση του υφιστάμενου κανονιστικού πλαισίου, αλλά μία νομοθετική παρέμβαση με δομικές συνέπειες για την αγορά πληρωμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αν και τυπικά αποτελεί συνέχεια της Οδηγίας για τις Υπηρεσίες Πληρωμών I, η PSD II οδηγεί στον μετασχηματισμό της αγοράς υπηρεσιών πληρωμών στην Ε.Ε.. Έθεσε τις βάσεις για το περαιτέρω άνοιγμα της αγοράς πληρωμών και πέρα από τις παραδοσιακές τράπεζες και την



ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ παραδοσιακών τραπεζών, ψηφιακών τραπεζών, εταιριών χρηματοοικονομικής τεχνολογίας και μεγάλων εταιριών τεχνολογίας (Brener, 2019).

Η εισαγωγή της PSD II εντάσσεται στη στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την εμβάθυνση της ενιαίας ψηφιακής αγοράς και την ενίσχυση του ανταγωνισμού στην αγορά πληρωμών μέσω της διεύρυνσης της πρόσβασης στα τραπεζικά στοιχεία των καταναλωτών και πέρα από τις παραδοσιακές τράπεζες. Η εξέλιξη αυτή οδήγησε στην είσοδο και νέων εταιριών παροχής υπηρεσιών στην αγορά πληρωμών και πέρα από τις παραδοσιακές τράπεζες.

Η πρώτη Οδηγία για τις Υπηρεσίες Πληρωμών (PSD I) εισήχθη το 2007 και τέθηκε σε ισχύ το 2009. Βασική της επιδίωξη ήταν να αντιμετωπίσει τον κατακερματισμό των συστημάτων πληρωμών που παρατηρούνταν εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και περιορίζονταν κυρίως στα στενά κρατικά όρια του κάθε κράτους μέλους. Επιδίωκε να διευκολύνει τη λειτουργία της ενιαίας αγοράς αγαθών και υπηρεσιών και την ανάπτυξη του Ενιαίου Χώρου Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA), να συμβάλλει στο άνοιγμα της αγοράς πληρωμών και πέρα από τις παραδοσιακές τράπεζες και την ταχύτερη διενέργεια συναλλαγών, καθώς και την ενίσχυση της προστασίας των καταναλωτών με στόχο την αύξηση της εμπιστοσύνης στις ηλεκτρονικές πληρωμές.

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στο να διασφαλιστεί ότι η κάθε εταιρία παροχής υπηρεσιών πληρωμών θα έχει πρόσβαση στις τεχνικές υποδομές των συστημάτων πληρωμών υπό ισότιμους όρους. Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις και οι πρακτικές στην αγορά πληρωμών, όμως, περιόρισαν την αποτελεσματικότητά της. Η αδυναμία πλήρους επίτευξης των στόχων που είχαν τεθεί αναφορικά με τον ανταγωνισμό στην αγορά πληρωμών οδήγησαν στην εκ βάθρων αναθεώρηση του κανονιστικού πλαισίου για την αγορά πληρωμών μέσω της οδηγίας PSD II (Brener, 2019).

Η Οδηγία PSD II υιοθετήθηκε το 2015 και τέθηκε σε εφαρμογή από τον Ιανουάριο του 2018, αντικαθιστώντας την PSD I, αν και διατηρούσε ορισμένες από τις βασικές ρυθμίσεις της. Η Ευρωπαϊκή Αρχή Τραπεζών (EBA) κλήθηκε να καθορίσει τα τεχνικά πρότυπα και τις κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή της Οδηγίας.

Η Οδηγία PSD II επιδιώκει την περαιτέρω ενοποίηση της αγοράς πληρωμών στην Ε.Ε., την ενίσχυση του ανταγωνισμού μέσω της εισόδου νέων παιχτών στην αγορά και ιδιαίτερα εταιριών χρηματοοικονομικής τεχνολογίας, τη μείωση του κόστους συναλλαγών και την



αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών μέσω της ενίσχυσης των μέτρων προστασίας και ασφάλειας (Brener, 2019).

Συγκριτικά με την Οδηγία PSD I, η PSD II προχώρησε στην κατάργηση σημαντικού αριθμού εξαιρέσεων, προκειμένου να διευρυνθεί το πεδίο εφαρμογής της Οδηγίας. Η PSD II καλύπτει περισσότερους τύπους συναλλαγών, συμπεριλαμβανομένων ορισμένων διασυνοριακών πληρωμών και πληρωμών σε νομίσματα εκτός Ενιαίου Οικονομικού Χώρου.

Για τη διευκόλυνση των πληρωμών η PSD II προβλέπει ότι οι τράπεζες θα πρέπει να παρέχουν σε αδειοδοτημένες εταιρίες παροχής υπηρεσιών πληρωμών πρόσβαση σε δεδομένα τραπεζικών λογαριασμών και την πραγματοποίηση πληρωμών για λογαριασμό των πελατών των τραπεζών, κατόπιν ρητής συναίνεσης του καταναλωτή για την πρόσβαση στα τραπεζικά του δεδομένα. Με τον τρόπο αυτό, η PSD II αναδιαμορφώνει τη λειτουργία του συνόλου της αγοράς πληρωμών (Brener, 2019).

Η ισχυρή ταυτοποίηση πελάτη (Strong Customer Authentication), συνιστά βασικό χαρακτηριστικό των προβλέψεων ασφάλειας της PSD II. Η Οδηγία καθιστά υποχρεωτική την εφαρμογή της ισχυρής ταυτοποίησης πελάτη για τις ηλεκτρονικές πληρωμές, με σκοπό την επαλήθευση τόσο της ταυτότητας του χρήστη όσο και του δικαιώματός του να πραγματοποιήσει τη συναλλαγή.

Η ισχυρή ταυτοποίηση πελάτη βασίζεται στη χρήση τουλάχιστον δύο ανεξάρτητων παραγόντων ταυτοποίησης, όπως η γνώση ενός προσωπικού στοιχείου που μόνο ο ίδιος θα ήταν σε θέση να γνωρίζει, η κατοχή μίας συσκευής και τα βιομετρικά χαρακτηριστικά του χρήστη, όπως η ταυτοποίηση μέσω δαχτυλικού αποτυπώματος ή προσώπου. Η ισχυρή ταυτοποίηση χρήση αφενός ενισχύει την ασφάλεια των συναλλαγών και συμβάλλει στην πρόληψη της απάτης και αφετέρου επηρεάζει βελτιώνει τη λειτουργικότητα και τη χρηστικότητα των ψηφιακών υπηρεσιών πληρωμών. Αν και η Οδηγία προβλέπει εξαιρέσεις σε ειδικές περιπτώσεις, η ισχυρή ταυτοποίηση χρήστη αναδεικνύεται σε κρίσιμο εργαλείο για την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των χρηστών σε ένα όλο και πιο σύνθετο περιβάλλον πληρωμών (Brener, 2019).

1.4.3 Το ρυθμιστικό και κανονιστικό πλαίσιο στην Ελλάδα

Ως μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η χώρα μας ενσωματώνει στο εθνικό δίκαιο τα νομοθετήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Στην Ελλάδα η Πράξη Ψηφιακής Επιχειρησιακής



Ανθεκτικότητας ενσωματώνεται στην εθνική νομοθεσία με τον νόμο 5193/2025, ο οποίος τροποποιεί διατάξεις του νόμου 4261/2014.

Με τον νόμο 5193/2025 καθορίζεται το εθνικό πλαίσιο εφαρμογής του Κανονισμού (ΕΕ) 2022/2554 για την ψηφιακή επιχειρησιακή ανθεκτικότητα του χρηματοοικονομικού τομέα. Οι διατάξεις του εξειδικεύουν την κατανομή αρμοδιοτήτων, τις εποπτικές εξουσίες και τους μηχανισμούς επιβολής της ρύθμισης, ώστε ο Κανονισμός να εντάσσεται αποτελεσματικά στην ελληνική έννομη τάξη.

Ως αρμόδιες αρχές για την εφαρμογή του Κανονισμού στη χώρα μας ορίζονται η Τράπεζα της Ελλάδος και η Επιτροπή Κεφαλαιαγοράς. Ο νόμος προβλέπει τη δυνατότητα λήψης διοικητικών, διορθωτικών και κυρωτικών μέτρων σε περιπτώσεις μη συμμόρφωσης των εποπτευόμενων ιδρυμάτων, αν και προβλέπεται και το δικαίωμα προσφυγής κατά των αποφάσεων των αρχών, σύμφωνα με τις προβλέψεις του Κανονισμού.

Στα πλαίσια υιοθέτησης του Κανονισμού DORA, ο νόμος προβλέπει την υιοθέτηση και εφαρμογή των κατευθυντήριων γραμμών και συστάσεων που εκδίδονται από τις Ευρωπαϊκές Εποπτικές Αρχές (EAT, EIOPA, ESMA), προκειμένου να διασφαλιστεί η ενιαία και συνεπής εφαρμογή του DORA σε εθνικό επίπεδο. Οι διατάξεις του νόμου ενισχύουν τις οργανωτικές υποχρεώσεις των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, προβλέποντας ότι η διαχείριση τεχνολογικών κινδύνων και η διασφάλιση της επιχειρησιακής συνέχειας και ανάκαμψης αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της εταιρικής διακυβέρνησης.

Στις διατάξεις για τη διαχείριση του λειτουργικού κινδύνου, περιλαμβάνεται πλέον και η διαχείριση τεχνολογικών κινδύνων, σύμφωνα με τις προβλέψεις του Κανονισμού DORA. Τα εποπτευόμενα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα υποχρεούνται να εφαρμόζουν τα κατάλληλα συστήματα, διαδικασίες και μηχανισμούς για τον εντοπισμό, την παρακολούθηση και τον περιορισμό των ψηφιακών κινδύνων, λαμβάνοντας υπόψη τη φύση, το εύρος και την πολυπλοκότητα των δραστηριοτήτων τους.

Ο νόμος ενισχύει τις απαιτήσεις σχετικά με τη συνέχεια της λειτουργίας κρίσιμων επιχειρησιακών διαδικασιών, προβλέποντας την υποχρέωση κατάρτισης και διατήρησης σχεδίων έκτακτης ανάγκης και αντιμετώπισης τεχνολογικών συμβάντων ΤΠΕ. Τα σχέδια αυτά πρέπει να είναι συνεπή με το πλαίσιο ψηφιακής επιχειρησιακής ανθεκτικότητας που θεσπίζει ο Κανονισμός DORA. Προβλέπεται και η διενέργεια ελέγχων ψηφιακής επιχειρησιακής ανθεκτικότητας, σύμφωνα με τα όσα προβλέπει ο Κανονισμός DORA. Οι δοκιμές αυτές



αξιολογούνται στο πλαίσιο της εποπτικής αξιολόγησης και συνδέονται με την αξιολόγηση του συνολικού προφίλ κινδύνου των ιδρυμάτων.

1.5 Παράγοντες επιτυχίας και προκλήσεις για μια ψηφιακή τράπεζα

Οι ψηφιακές τράπεζες αποτελούν καινοτόμες επιχειρήσεις που επιδιώκουν να διαταράξουν και να επαναπροσδιορίσουν το παραδοσιακό υπόδειγμα τραπεζικής λειτουργίας και να αποσπάσουν μερίδιο αγοράς από τις παραδοσιακές τράπεζες. Συνεπώς, η επιτυχία μίας ψηφιακής τράπεζας βασίζεται σε μία σειρά παράγοντες που θα καταφέρουν να την εδραιώσουν μεταξύ των καταναλωτών ως μία βιώσιμη και καλύτερη εναλλακτική επιλογή έναντι των παραδοσιακών τραπεζών, με τις οποίες έχουν οικοδομήσει μία μακροχρόνια σχέση. Ταυτόχρονα, θα πρέπει να ξεπεράσουν και μια σειρά προκλήσεις που σχετίζονται τόσο με την ευρύτερη λειτουργία της τραπεζικής αγοράς όσο και με την ιδιαίτερη, καινοτόμο φύση και λειτουργία τους.

Σε πολλές περιπτώσεις οι πελάτες των παραδοσιακών τραπεζών μπορεί να εμφανίζονται ικανοποιημένοι από τις τραπεζικές υπηρεσίες που τους παρέχει η τράπεζα τους και να εμφανίζονται διστακτικοί να μεταφέρουν τα τραπεζικά τους προϊόντα σε μία άλλη τράπεζα και ιδιαίτερα σε μία ψηφιακή τράπεζα. Ορισμένοι καταναλωτές μπορεί να εμφανίζονται διστακτικοί απέναντι στην καινοτομία και να προτιμούν τη σιγουριά και τη σταθερότητα που της προσφέρει η παρούσα τράπεζα με την οποία συνεργάζονται, έναντι μίας αβέβαιης εναλλακτικής επιλογής. Ακόμα και αν υπάρχουν καλύτερες διαθέσιμες εναλλακτικές, ενδέχεται να προτιμούν την τρέχουσα κατάσταση και να εμφανίζονται δύσπιστοι έναντι των ψηφιακών τραπεζών λόγω της φύσης τους και της έλλειψης φυσικών τραπεζικών υποκαταστημάτων, ακόμα και χωρίς κάποια προηγούμενη εμπειρία από τη χρήση τους (Nel & Boshoff, 2021). Προκειμένου να είναι σε θέση να αποσπάσουν μερίδιο αγοράς από τις παραδοσιακές τράπεζες, οι ψηφιακές τράπεζες θα πρέπει να προσφέρουν στους καταναλωτές υπηρεσίες σε σημαντικά χαμηλότερο κόστος από τον παραδοσιακό τραπεζικό τομέα (Singh et al., 2025).

Παράλληλα, το θέμα της ασφάλειας είναι κρίσιμης σημασίας. Οι καταναλωτές μπορεί να νιώθουν ανασφάλεια ως προς το ενδεχόμενο μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης στα οικονομικά τους δεδομένα. Η ύπαρξη ισχυρών μέτρων ασφαλείας, όπως η κρυπτογράφηση, η βιομετρική ταυτοποίηση των χρηστών και οι σαφείς και ξεκάθαρες πολιτικές διαχείρισης των δεδομένων των χρηστών ενισχύουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και μειώνουν τον κίνδυνο που



θεωρούν ότι αντιμετωπίζουν όταν χρησιμοποιούν ένα σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής (Al Faisal et al., 2024). Οι ψηφιακές τράπεζες θα πρέπει να πείσουν τους καταναλωτές ότι τα κεφάλαια και τα προσωπικά τους στοιχεία είναι απόλυτα ασφαλή, ή τουλάχιστον στον ίδιο βαθμό με τις παραδοσιακές τράπεζες (Singh et al., 2025).

Η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής ενισχύει την πρόθεση χρήσης τους. Όταν ένα σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής διαθέτει ισχυρά χαρακτηριστικά ασφαλείας ενισχύεται περαιτέρω η εμπιστοσύνη των χρηστών και μειώνεται η διστακτικότητα προς τη χρήση του. Η αντίληψη των καταναλωτών σχετικά με την ακεραιότητα και την αξιοπιστία του συστήματος διαμορφώνουν την πρόθεση τους να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές συναλλαγές με τη χρήση συστημάτων ηλεκτρονικής τραπεζικής (Al Faisal et al., 2024). Συνεπώς, η ενημέρωση των καταναλωτών για την ασφάλεια ενός συστήματος ηλεκτρονικής τραπεζικής και ο καθορισμός ξεκάθαρων πολιτικών απορρήτου μπορούν να βελτιώσουν την αποδοχή της ηλεκτρονικής τραπεζικής από την πλευρά των καταναλωτών (Zhou, 2012).

Έτσι, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα επιτυχίας για τις ψηφιακές τράπεζες το να ενισχύσουν το αίσθημα ασφάλειας των καταναλωτών, ενισχύοντας την ασφάλεια των συστημάτων του και διαβεβαιώνοντας τους καταναλωτές ότι η χρήση τους είναι απόλυτα ασφαλής. Παράλληλα, θα μπορούσαν να αναπτύξουν συνεργασίες με καταξιωμένες εταιρίες στην αγορά προκειμένου να ενισχύσουν την αξιοπιστία τους έναντι των καταναλωτών. Θα πρέπει να πείσουν τους καταναλωτές ότι προσφέρουν σημαντικά οφέλη έναντι των παραδοσιακών τραπεζών, προσφέροντας ανώτερες υπηρεσίες και προγράμματα ανταμοιβών και καινοτόμες εφαρμογές και λύσεις που βελτιώνουν την ευκολία πραγματοποίησης συναλλαγών. Θα πρέπει ακόμη να προωθήσουν μία σύγχρονη, αξιόπιστη εικόνα προς το καταναλωτικό κοινό ως το νέο, σύγχρονο υπόδειγμα τραπεζικών συναλλαγών. Η ενημέρωση των καταναλωτών για τη χρήση και τις δυνατότητες που προσφέρουν οι ψηφιακές τράπεζες, σε συνδυασμό με εικονικούς εκπροσώπους εξυπηρέτησης πελατών με τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης για την παροχή προσωποποιημένης βοήθειας θα μπορούσε να συμβάλει στην εξοικείωση των καταναλωτών με τη χρήση τους και μία αίσθηση συνέχειας αλλά, ταυτόχρονα, και μετεξέλιξης της παραδοσιακής τραπεζικής λειτουργίας (Nel & Boshoff, 2021).

Καθώς οι καταναλωτές βασίζονται σε ηλεκτρονικές εφαρμογές, είτε μέσω διαδικτύου, είτε μέσω εφαρμογών για κινητά τηλέφωνα, για τις συναλλαγές τους με τις ψηφιακές τράπεζες, οι



εφαρμογές αυτές θα πρέπει να είναι εύκολες στη χρήση τους από τον μέσο χρήστη. (Singh et al., 2025). Έρευνες διαπιστώνουν ότι η στάση των χρηστών απέναντι στα ηλεκτρονικά κανάλια τραπεζικής εξαρτάται από την απόδοση που αναμένουν οι χρήστες και την ευκολία χρήσης (Martins et al., 2014). Η σταθερότητα του συστήματος και ο βαθμός ταχύτητας και αξιοπιστίας με την οποία είναι σε θέση να ανταποκριθεί στα αιτήματα των χρηστών επιδρούν σημαντικά στην εμπιστοσύνη των χρηστών στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής και τον βαθμό στον οποίο είναι διατεθειμένοι να υιοθετήσουν τη χρήση τους (Zhou, 2012).

Οι εξατομικευμένες υπηρεσίες θα μπορούσαν να αυξήσουν την ικανοποίηση των πελατών των τραπεζών και να συμβάλλουν στη δημιουργία μίας μακροχρόνιας σχέσης των ψηφιακών τραπεζών με τους πελάτες τους. Οι εξατομικευμένες υπηρεσίες έχουν σημαντική επίδραση στην ποιότητα των υπηρεσιών που οι χρήστες θεωρούν ότι λαμβάνουν όταν χρησιμοποιούν κάποιο από τα κανάλια ψηφιακής τραπεζικής (Shaikh & Karjaluoto, 2015). Οι εξατομικευμένες υπηρεσίες με βάση τη συμπεριφορά και τις ανάγκες του χρήστη, όπως η χρήση εξατομικευμένων πινάκων ελέγχου, οι στοχευμένες προσφορές και οι προσωποποιημένες ειδοποιήσεις με βάση κάποια κριτήρια που ορίζουν οι χρήστες, όπως το ύψος των δαπανών σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, ενισχύουν τη δέσμευση και την αφοσίωση των χρηστών στις υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής (Al Faisal et al., 2024).

Ανάλυση των Al Faisal et al., (2024) διαπιστώνει ότι η ασφάλεια και η ιδιωτικότητα των δεδομένων των χρηστών αποτελούν τους σημαντικότερους παράγοντες για τους καταναλωτές όσον αφορά τη χρήση υπηρεσιών ψηφιακής τραπεζικής και ακολουθούν η ευκολία χρήσης και η ταχύτητα των υπηρεσιών. Τα ευρήματα επιβεβαιώνουν τον κυρίαρχο ρόλο της ασφάλειας για την εμπιστοσύνη απέναντι στη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και την απόδοση και ευκολία χρήσης του συστήματος ως καθοριστικών παραγόντων καθορισμού της ικανοποίησης των καταναλωτών από τις υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής. Οι προτεραιότητες των καταναλωτών, όμως, διαφέρουν σημαντικά ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τους. Οι νεότεροι καταναλωτές δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στον σχεδιασμό, την ποιότητα και την καινοτομία του συστήματος, με την εμπειρία χρήσης να είναι ιδιαίτερα σημαντική για αυτούς. Οι μεγαλύτερης ηλικίας καταναλωτές, από την πλευρά τους, δίνουν προτεραιότητα στην ασφάλεια και την αξιοπιστία του συστήματος, με ιδιαίτερη έμφαση στη διάσταση του κινδύνου που συνδέεται με τη χρήση υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής. Οι τεχνολογικοί παράγοντες και η ασφάλεια του συστήματος, συνεπώς, αναδεικνύονται ως καθοριστικοί



παράγοντες ως προς την πρόθεση χρήσης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής και κατ' επέκταση τη χρήση μίας ψηφιακής τράπεζας.

Συνεπώς, η ασφάλεια και η αξιοπιστία του συστήματος, σε συνδυασμό με την ευκολία χρήσης και την τεχνική του απόδοση, η παροχή τραπεζικών υπηρεσιών με χαμηλότερο κόστος και εξατομικευμένων υπηρεσιών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των καταναλωτών αποτελούν κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας για τις ψηφιακές τράπεζες. Η δημιουργία ασφαλών και εύχρηστων ψηφιακών τραπεζών αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση για την επιτυχή δραστηριοποίηση τους στην αγορά και την εδραίωση τους στη συνείδηση των καταναλωτών ως αξιόπιστων εναλλακτικών των παραδοσιακών τραπεζών και την επέκταση του μεριδίου αγοράς τους.



Κεφάλαιο 2. Εμπειρική έρευνα

2.1 Μεθοδολογία της έρευνας

Η έρευνα ακολουθεί μία ποσοτική μεθοδολογία με την πραγματοποίηση μιας έρευνας ερωτηματολογίου με τη συμμετοχή 105 ατόμων από όλη την ελληνική επικράτεια. Η συγκέντρωση του δείγματος έγινε με τη μέθοδο της δειγματοληψίας ευκολίας με τη διανομή του σε συναδέλφους, φίλους, συμφοιτητές και άτομα του κύκλου τους. Η διανομή του ερωτηματολογίου έγινε ηλεκτρονικά με τη χρήση της πλατφόρμας Google Forms.

Το ερωτηματολόγιο αποτελείται από 20 ερωτήσεις κλειστού τύπου. Στην πρώτη ενότητα καταγράφονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και η χρήση ψηφιακής τραπεζικής από τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Στη δεύτερη ενότητα εξετάζεται η ικανοποίηση από τις ψηφιακές υπηρεσίες και η χρησιμότητα τους για τους καταναλωτές, ενώ στην τρίτη ενότητα εξετάζονται οι στάσεις των καταναλωτών απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική. Η τέταρτη ενότητα αφορά τη γνώση και την εξοικείωση με τις ψηφιακές τράπεζες και η πέμπτη την χρήση και εμπειρία με τις ψηφιακές τράπεζες, ενώ η έκτη ενότητα την πρόθεση υιοθέτησης και τις προτιμήσεις των καταναλωτών αναφορικά με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Η έβδομη ενότητα εξετάζει τις αντιλήψεις των καταναλωτών αναφορικά με την ετοιμότητα της ελληνικής αγοράς για τις ψηφιακές τράπεζες και, τέλος, η όγδοη ενότητα αφορά τα κριτήρια επιλογής ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, όπως η σημασία του χαμηλού κόστους και της ασφάλειας και προστασίας των δεδομένων των χρηστών.

Υπολογίστηκαν τα στοιχεία περιγραφικής στατιστικής των απαντήσεων στις ερωτήσεις της έρευνας και πραγματοποιήθηκαν έλεγχοι για την ύπαρξη στατιστικά σημαντικά διαφορών με βάση χαρακτηριστικά όπως το φύλο, η ηλικία, η προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον χρηματοοικονομικό τομέα, η χρήση καναλιών ψηφιακής τραπεζικής και η συχνότητα χρήσης e-banking και mobile banking για να διαπιστωθεί η επίδραση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των χρηστών στην στάση τους ως προς το αντικείμενο της έρευνας. Η εξέταση για στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των καταναλωτών έγινε με τη χρήση εκ των υστέρων ανά δυάδες ελέγχους (post-hoc) Games – Howell, που είναι ανθεκτικοί σε πιθανές παραβιάσεις των υποθέσεων του υποδείγματος ANOVA. Η ανάλυση των συνολικών απαντήσεων και η δημιουργία των διαγραμμάτων έγινε με τη χρήση του Excel 365 και ο έλεγχος για στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά με τη χρήση του λογισμικού IBM SPSS Statistics 27.



Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι:

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποιες είναι οι προοπτικές για την ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών στην Ελλάδα;

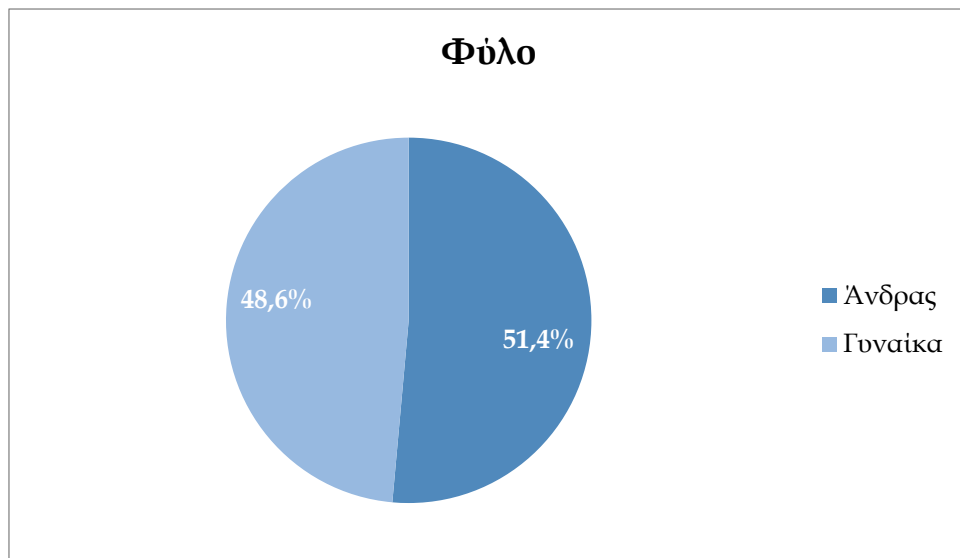
Ερευνητικό ερώτημα 2: Σε ποιο βαθμό είναι εξοικειωμένοι και χρησιμοποιούν την ψηφιακή τραπεζική οι καταναλωτές στην Ελλάδα;

Ερευνητικό ερώτημα 3: Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι παράγοντες που καθορίζουν τις προθέσεις χρήσης των ψηφιακών τραπεζών για τους καταναλωτές;

Ερευνητικό ερώτημα 4: Επηρεάζουν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά τις απόψεις και τις στάσεις των καταναλωτών ως προς τις ψηφιακές τράπεζες;

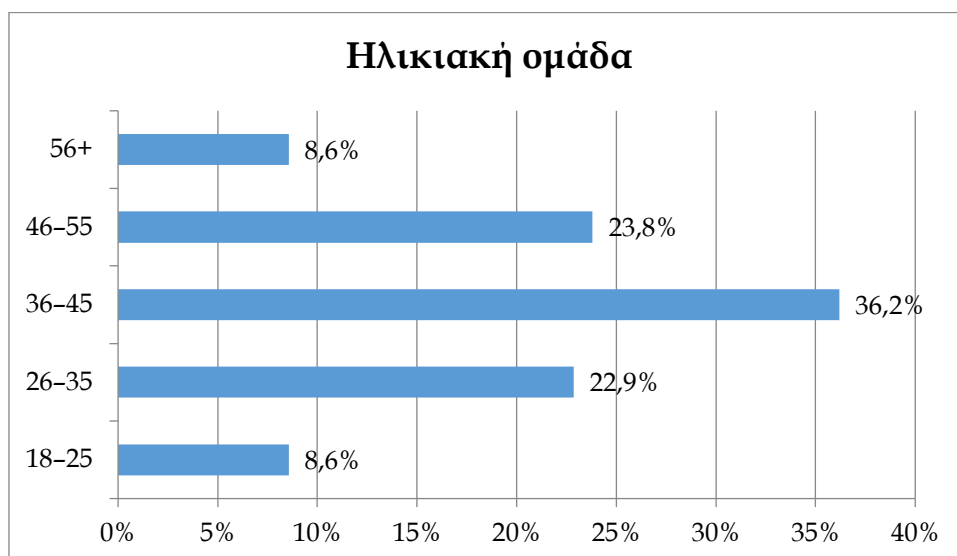
2.2 Δείγμα της έρευνας

Το 51,4% των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν άνδρες ή και τους 48,6% οι γυναίκες.



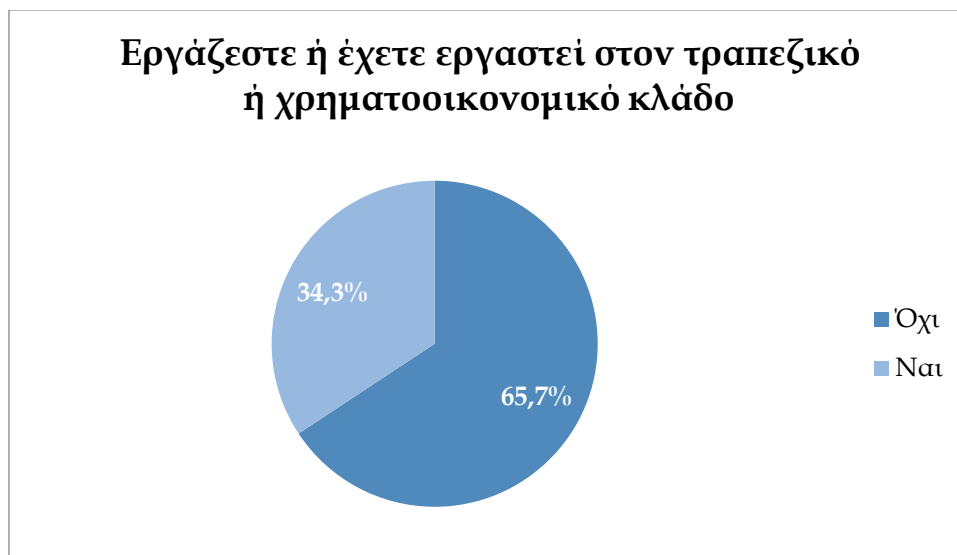
Διάγραμμα 1. Φύλο των συμμετεχόντων στην έρευνα

Το 36,2% των συμμετεχόντων στην έρευνα ήταν μεταξύ 36 και 45 ετών, το 23,8% ήταν μεταξύ 46 55 ετών, το 22,9% ήταν μεταξύ 26 και 35 ετών, εν τω μεταξύ 18 και 25 ετών και 56 ετών και άνω ήταν το 8% των συμμετεχόντων αντίστοιχα.



Διάγραμμα 2. Ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα

Οι περισσότεροι από όσους πήραν μέρος στην έρευνα, το 65,7%, δεν εργάζονται ή έχουν εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο κατά το παρελθόν, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό εργαζομένων ή πρώην εργαζομένων στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο ανέρχεται σε 34,3%.



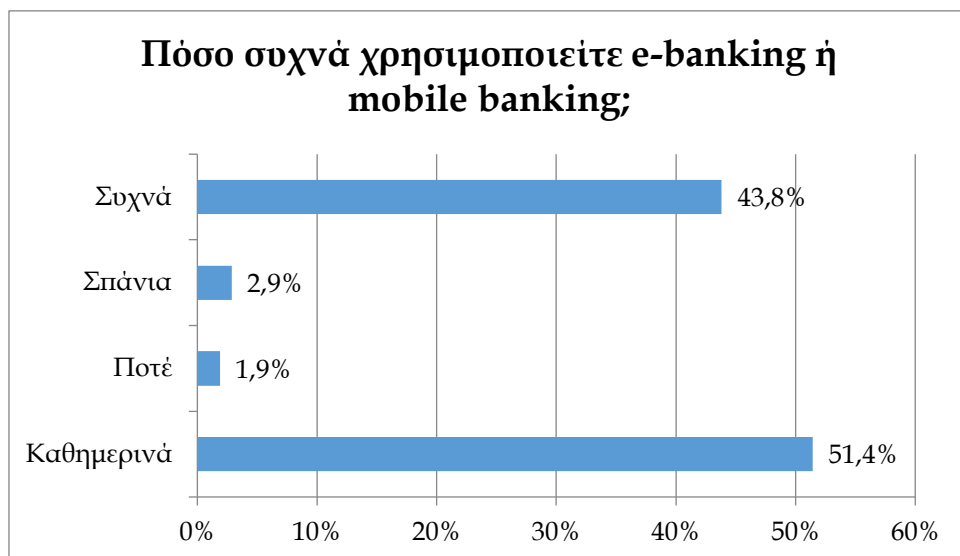
Διάγραμμα 3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

2.3 Απαντήσεις στις ερωτήσεις της έρευνας

Οι περισσότεροι πελάτες των τραπεζών χρησιμοποιούν e-banking ή mobile banking συχνά ή καθημερινά. Πάνω από τους μισούς (51,4%) χρησιμοποιούν οι πάκινγκ σε καθημερινή βάση, ενώ πάνω από 4 στους 10 (43,8%) χρησιμοποιούν 1 από τα 2 ψηφιακά κανάλια συχνά. Σπάνια

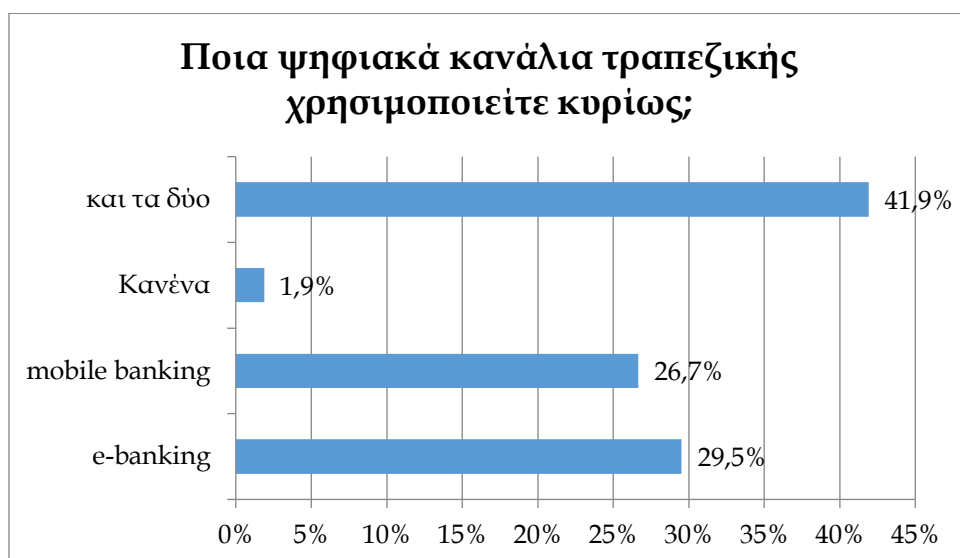


χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες το 2,9% των πελατών των τραπεζών που πήραν μέρος στην έρευνα και τότε μόλις στο 1,9%.



Διάγραμμα 4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;

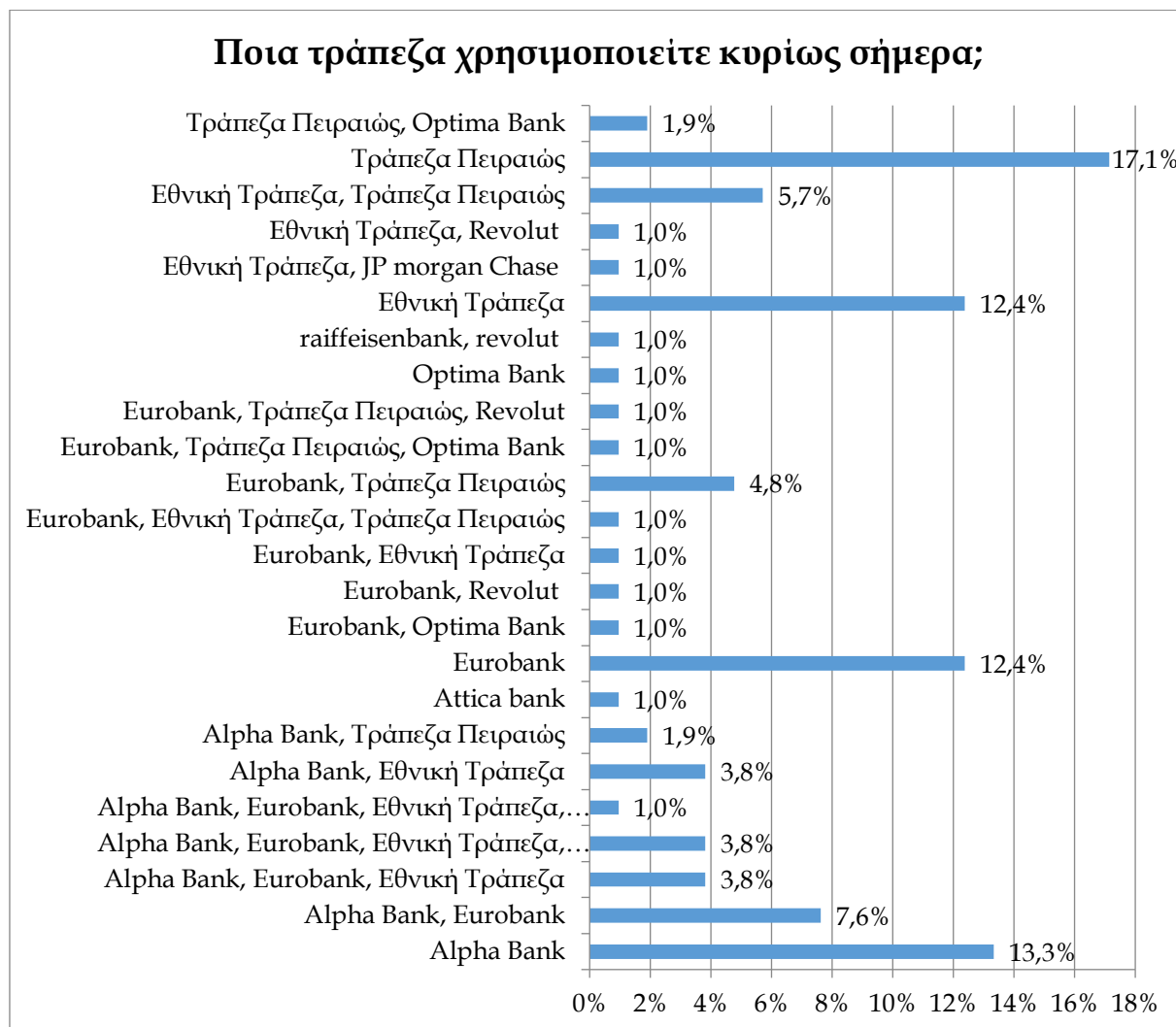
Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα χρησιμοποιούν τόσο το e-banking όσο και το mobile banking (41,9%), ενώ ακολουθούν όσοι χρησιμοποιούν κυρίως το e-banking (29,5%), αν και με μικρή διαφορά από όσους χρησιμοποιούν κυρίως το mobile banking (26,7%).





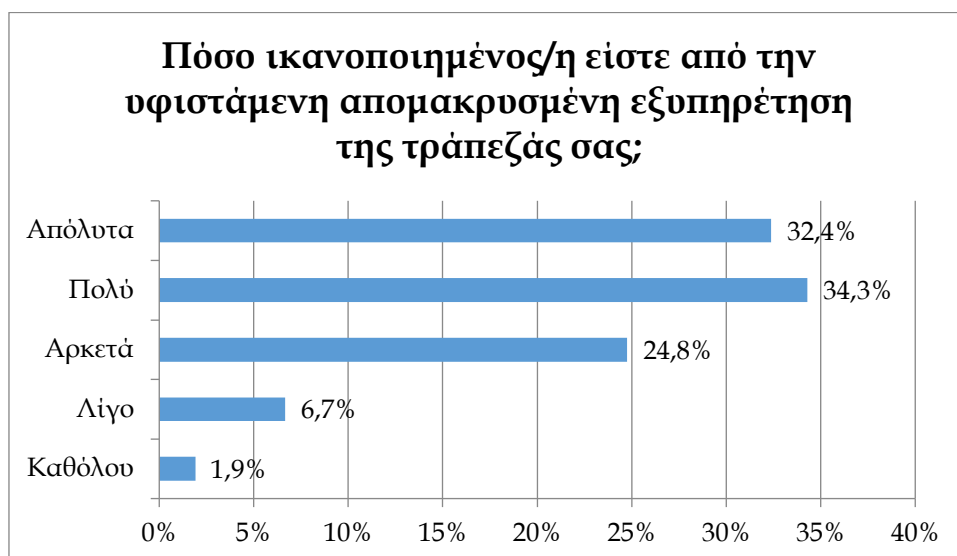
Διάγραμμα 5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;

Οι περισσότεροι από όσους πήραν μέρος στην έρευνα χρησιμοποιούν κυρίως την Τράπεζα Πειραιώς (17,1%), ενώ ακολουθούν όσοι χρησιμοποιούν κυρίως την Alpha Bank (13,3%) και στη συνέχεια την Εθνική Τράπεζα και τη Eurobank σε ίδιο ποσοστό (12,4%).



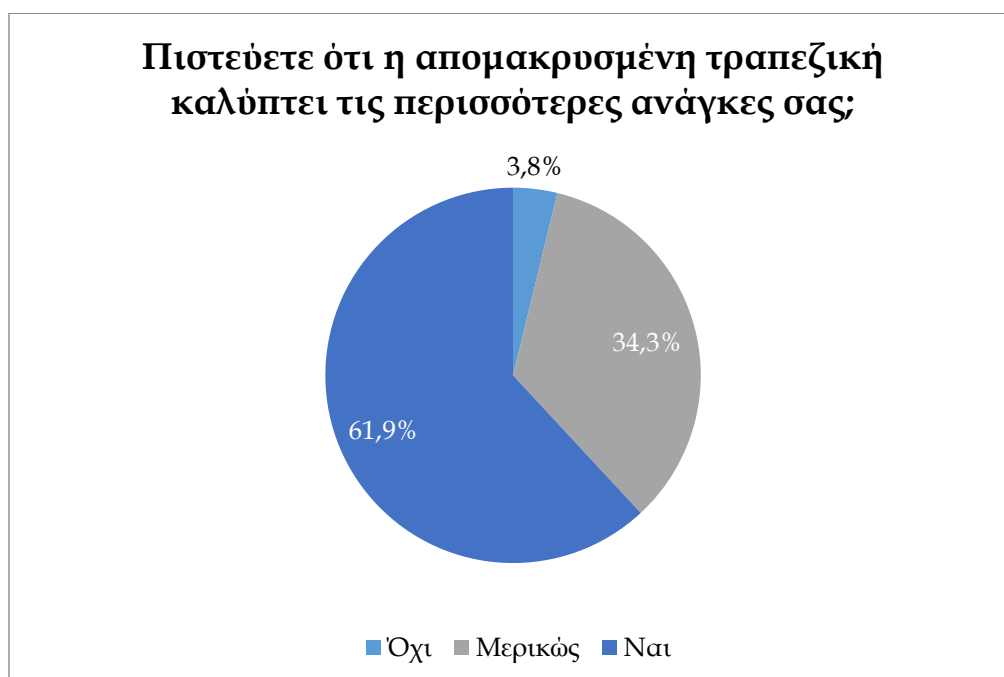
Διάγραμμα 6. Ποια τράπεζα χρησιμοποιείτε κυρίως σήμερα;

Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα εμφανίζονται πολύ ή απόλυτα ευχαριστημένοι από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζας τους. Το 32,4% των πελατών των τραπεζών εμφανίζονται απόλυτα ικανοποιημένοι από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζας τους, το 34,3% δηλώνουν πολύ ευχαριστημένοι, ενώ το 24,8% δηλώνουν αρκετά ευχαριστημένοι. Αντίθετα, μόνο το 6,7% των συμμετεχόντων στην έρευνα δηλώνουν λίγο ευχαριστημένοι, ενώ καθόλου ευχαριστημένοι αναφέρουν ότι είναι μόλις το 1,9%.



Διάγραμμα 7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζάς σας;

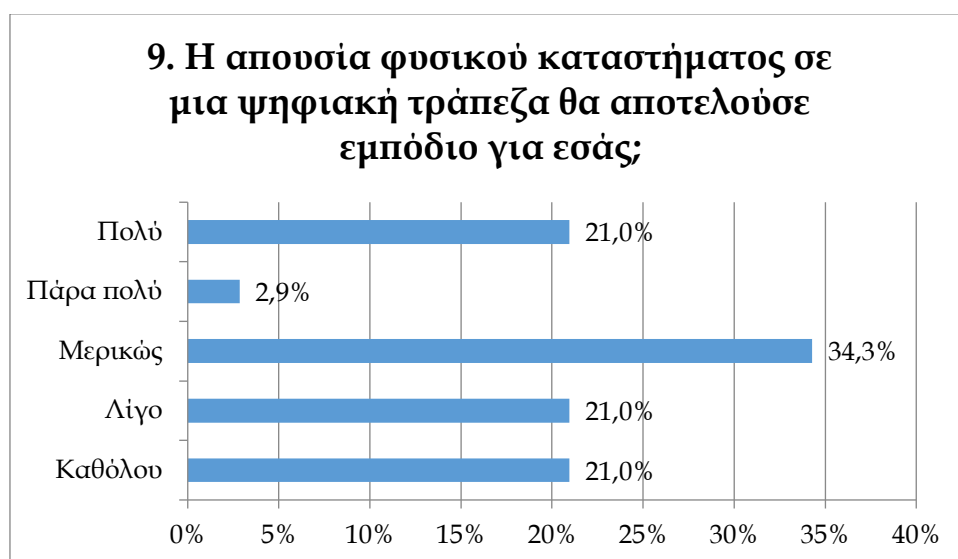
Για τους περισσότερους από όσους πήραν μέρος στην έρευνα η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες τους πλήρως ή μερικώς. Το 61,9% οι συμμετέχοντες στην έρευνα δηλώνουν ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει πλήρως τις περισσότερες ανάγκες τους, το 34,3% ότι τις καλύπτει μερικώς, ενώ μόλις το 3,8% δηλώνουν ότι η απομακρυσμένη τραπεζική δεν καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες τους.





Διάγραμμα 8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;

Σημαντικό ποσοστό των καταναλωτών, σχεδόν 1 στους 4 (23,9%) θεωρούν ως σημαντικό εμπόδιο για τους ίδιους την απουσία φυσικού υποκαταστήματος σε μία ψηφιακή τράπεζα, ενώ σε συνδυασμό με όσους θεωρούν την απουσία φυσικού καταστήματος εμπόδιο ως έναν βαθμό (34,3%) η πλειοψηφία των καταναλωτών θεωρεί ότι η απουσία φυσικού καταστήματος αποτελεί ουσιαστικό εμπόδιο για την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζών. Επιπροσθέτως, 1 στους 5 καταναλωτές (21%), θεωρούν την απουσία φυσικών υποκαταστημάτων εμπόδιο έστω και σε μικρό βαθμό. Μόνο 1 στους 5 (21%) δεν αποδίδουν καμία σημασία στην απουσία φυσικών υποκαταστημάτων.

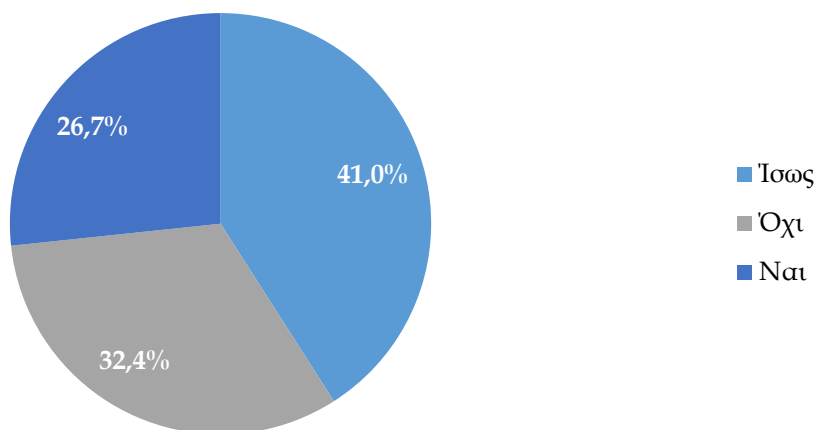


Διάγραμμα 9. Η απουσία φυσικού υποκαταστήματος θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα (41%) ίσως να εμπιστεύονταν μία πλήρως ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα, ενώ περίπου 1 στους 4 (26,7%) δηλώνουν με βεβαιότητα ότι θα εμπιστεύονταν μία ψηφιακή τράπεζα. Δύσπιστοι εμφανίζονται σχεδόν 1 στους 3 (32,4%), καθώς δηλώνουν ότι δεν θα είχαν εμπιστοσύνη σε μία πλήρως ψηφιακή τράπεζα στη χώρα μας.



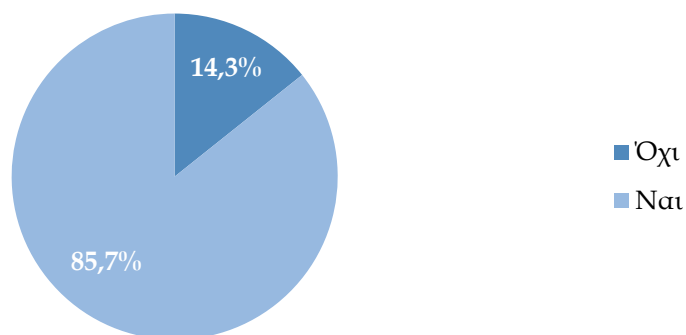
Θα εμπιστευόσασταν μια πλήρως ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα;



Διάγραμμα 10. Θα εμπιστευόσασταν μια πλήρως ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα;

Η μεγάλη πλειοψηφία των καταναλωτών (85,7%) που πήραν μέρος στην έρευνα γνωρίζει για την ύπαρξη τραπεζικών τραπεζών, όπως είναι η Revolut, η N26, η Monzo και η Wise, ενώ μόλις το 14,3% δηλώνουν πως δεν γνωρίζουν την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών.

Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);

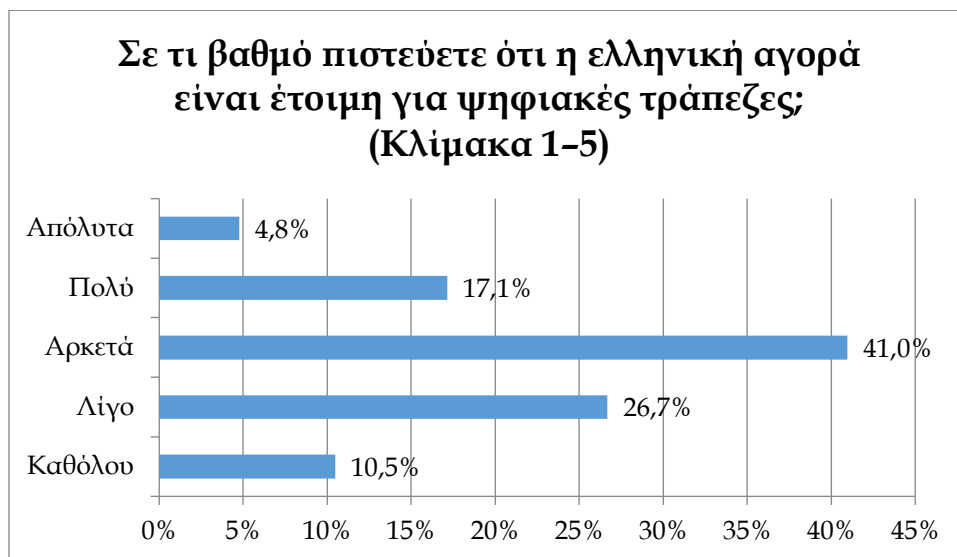


Διάγραμμα 11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);

Οι περισσότεροι καταναλωτές πιστεύουν ότι η ελληνική αγορά είναι από αρκετά έως απόλυτα έτοιμη για τις ψηφιακές τράπεζες. Το 41% αναφέρουν ότι θεωρούν ότι η ελληνική αγορά είναι

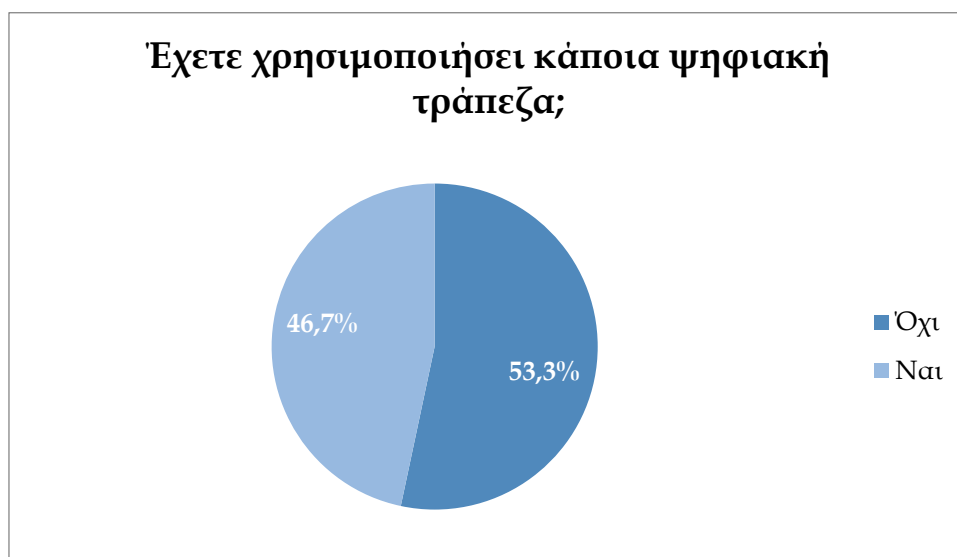


αρκετά έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες, το 17,1% ότι είναι πολύ έτοιμη και το 4,8% ότι είναι απόλυτα έτοιμη. Αντίθετα, περίπου 1 στους 4 (26,7%) αναφέρουν ότι ο βαθμός ετοιμότητας της ελληνικής αγοράς είναι μικρός για τις ψηφιακές τράπεζες, ενώ 1 στους 10 αναφέρουν ότι η ελληνική αγορά δεν είναι καθόλου έτοιμη.



Διάγραμμα 12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες;

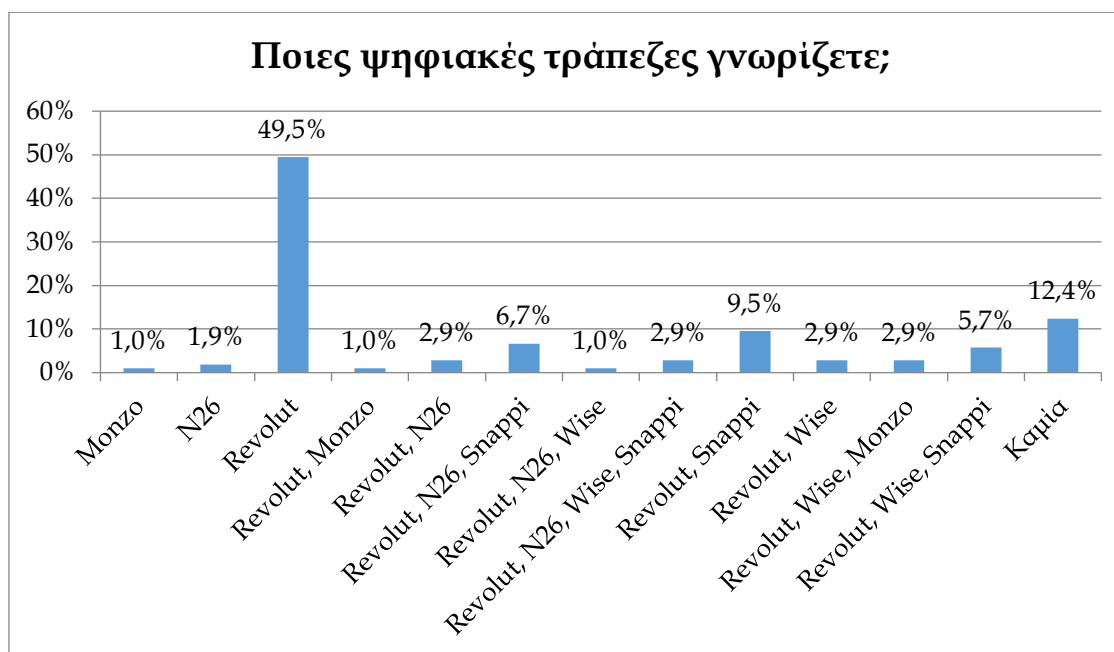
Οι περισσότεροι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα (53,3%) δεν έχουν χρησιμοποιήσει προς το παρόν κάποια ψηφιακή τράπεζα, αν και σημαντικό ποσοστό (46,7%) έχουν ήδη εμπειρία με τη χρήση μίας ψηφιακής τράπεζας.





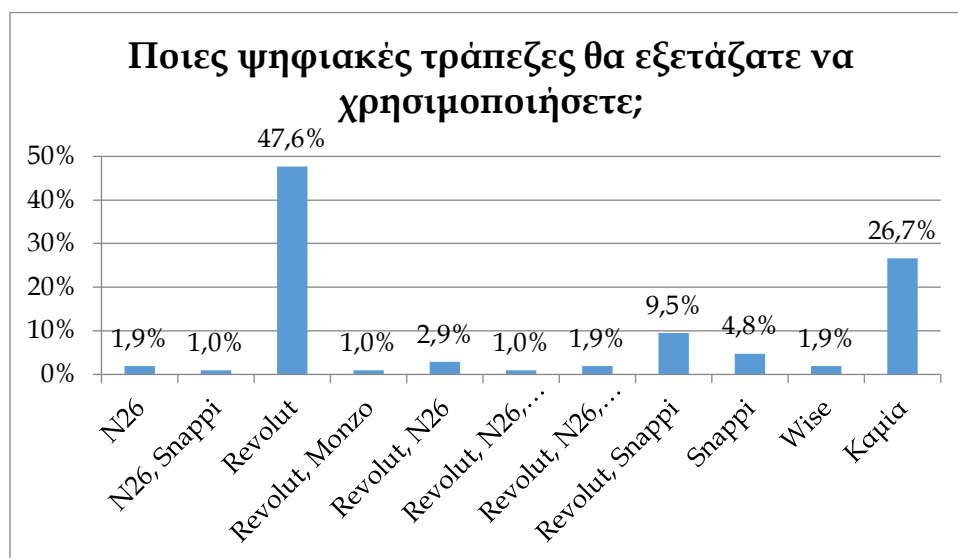
Διάγραμμα 13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;

Η Revolut αναδεικνύεται ως η πλέον γνωστή ψηφιακή τράπεζα, με σχεδόν 1 στους 2 καταναλωτές στη χώρα μας να γνωρίζουν την ύπαρξη της. Περίπου 1 στους 10 συμμετέχοντες στην έρευνα (9,5%) γνωρίζουν πέρα από τη Revolut και τη Snappi, ενώ καμία ψηφιακή τράπεζα δεν γνωρίζουν το 12,4% των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα.



Διάγραμμα 14. Ποιες ψηφιακές τράπεζες γνωρίζετε;

Η Revolut είναι επίσης η ψηφιακή τράπεζα που θα ήταν πιθανότερο να χρησιμοποιήσουν οι καταναλωτές που πήραν μέρος στην έρευνα, με σχεδόν τους μισούς (47,6%) να αναφέρουν ότι θα εξέταζαν τη χρήση της. Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης η Snappi είναι η δεύτερη τράπεζα την χρήση της οποίας θα εξέταζαν οι καταναλωτές.



Διάγραμμα 15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;

Η πραγματοποίηση πληρωμών αποτελεί την υπηρεσία που οι περισσότεροι καταναλωτές θα ήθελαν να πραγματοποιείται πλήρως ψηφιακά (26,7%), ενώ ακολουθούν ένας συνδυασμός πληρωμών, δανείων και επενδύσεων (15,2%), πληρωμών και έκδοσης και διαχείρισης πιστωτικών και χρεωστικών καρτών (13,3%) και πληρωμών, δανείων και πιστωτικών και χρεωστικών καρτών (10,5%).



Διάγραμμα 16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;

Ως πολύ ή απόλυτα σημαντικό αξιολογούν το χαμηλό κόστος υπηρεσιών σε μία ψηφιακή τράπεζα οι περισσότεροι καταναλωτές που πήραν μέρος στην έρευνα. Το 56,2% των καταναλωτών το θεωρούν απόλυτα σημαντικό, το 24,8% ως πολύ σημαντικό και το 14,3% ως αρκετά σημαντικό. Μόλις το 4,8% των καταναλωτών θεωρούν το χαμηλό κόστος υπηρεσιών σε μία ψηφιακή τράπεζα ως λίγο ή και καθόλου σημαντικό.



Διάγραμμα 17. Πόσο σημαντικό θεωρείτε το χαμηλό κόστος υπηρεσιών σε μια ψηφιακή τράπεζα;

Όπως θα ήταν αναμενόμενο, η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών (97,1%) αξιολογεί ως ιδιαίτερα σημαντική την ασφάλεια και την προστασία των προσωπικών δεδομένων.



Διάγραμμα 18. Πόσο σημαντική θεωρείτε την ασφάλεια και την προστασία προσωπικών δεδομένων;

Οι περισσότεροι καταναλωτές πιστεύουν ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές τράπεζες. Πάνω από 1 στους 2 (52,4%) απαντούν με βεβαιότητα ότι οι ψηφιακές τράπεζες είναι σε θέση να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές τράπεζες και σχεδόν 4 στους 10 καταναλωτές (39%) θεωρούν πιθανώς εφικτή μία τέτοια συνύπαρξη. Από την άλλη

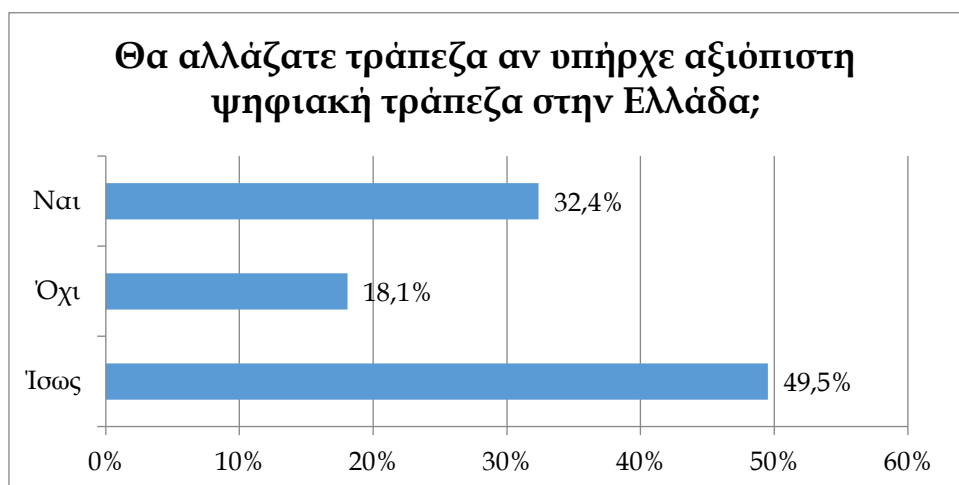


πλευρά, μόλις το 6,6% των καταναλωτών που πήραν μέρος στην έρευνα θεωρούν πως οι ψηφιακές τράπεζες δεν μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές.



Διάγραμμα 19. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;

Περίπου οι μισοί συμμετέχοντες (49,5%) στην έρευνα ανέφεραν ότι πιθανώς θα άλλαζαν τράπεζα αν υπήρχε αξιόπιστη ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα και επιπλέον σχεδόν 1 στους 3 (32,4%) ανέφεραν ότι θα άλλαζαν τράπεζα. Λιγότεροι από 1 στους 5 (18,1%) από όσους συμμετείχαν στην έρευνα αναφέρουν με βεβαιότητα ότι δεν θα άλλαζαν τράπεζα ακόμα και αν υπήρχε αξιόπιστη ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα.





Διάγραμμα 20. Θα αλλάζατε τράπεζα αν υπήρχε αξιόπιστη ψηφιακή τράπεζα στην Ελλάδα;

2.4 Διαφορές με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στην ενότητα αυτοί παρουσιάζουν οι στατιστικά σημαντικές διαφορές που διαπιστώθηκαν με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών.

2.4.1 Διαφορές με βάση την ηλικία

Με βάση την ηλικιακή κατηγορία των συμμετεχόντων στην έρευνα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, για τη γνώση της ύπαρξης ψηφιακών τραπεζών, τη χρήση κάποιας ψηφιακής τράπεζας, το ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζαν να χρησιμοποιήσουν και τις απόψεις σχετικά με το αν οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές.

Πίνακας 1. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για την ηλικία

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Between Groups	1.996	4	.499	4.595	.002
	Within Groups	10.861	100	.109		
	Total	12.857	104			
13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	Between Groups	3.367	4	.842	3.698	.008
	Within Groups	22.766	100	.228		
	Total	26.133	104			
15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;	Between Groups	123.172	4	30.793	2.531	.045
	Within Groups	1216.390	100	12.164		
	Total	1339.562	104			
19. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;	Between Groups	3.965	4	.991	2.732	.033
	Within Groups	36.283	100	.363		
	Total	40.248	104			



Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκ των υστέρων ανά δυάδες έλεγχοι (post-hoc) Games – Howell για να διαπιστωθεί μεταξύ ποιων κατηγοριών της μεταβλητής παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Πίνακας 2. Εκ των υστέρων ανά δυάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για την ηλικία

Dependent Variable	(I) 2. Ηλικιακή ομάδα	(J) 2. Ηλικιακή ομάδα	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	18–25	26–35	-.306	.151	.290	-.75	.14
		36–45	-.442*	.138	.035	-.86	-.02
		46–55	-.529*	.148	.014	-.97	-.09
		56+	-.778*	.157	.001	-1.26	-.30
	26–35	18–25	.306	.151	.290	-.14	.75
		36–45	-.136	.131	.838	-.51	.24
		46–55	-.223	.142	.522	-.63	.18
		56+	-.472*	.151	.036	-.92	-.02
	36–45	18–25	.442*	.138	.035	.02	.86
		26–35	.136	.131	.838	-.24	.51
		46–55	-.087	.128	.959	-.45	.27
		56+	-.336	.138	.151	-.75	.08
	46–55	18–25	.529*	.148	.014	.09	.97
		26–35	.223	.142	.522	-.18	.63
		36–45	.087	.128	.959	-.27	.45
		56+	-.249	.148	.467	-.69	.19
	56+	18–25	.778*	.157	.001	.30	1.26
		26–35	.472*	.151	.036	.02	.92
		36–45	.336	.138	.151	-.08	.75
		46–55	.249	.148	.467	-.19	.69
19. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να	18–25	26–35	-.014	.204	1.000	-.65	.62
		36–45	-.424	.203	.277	-1.06	.21
		46–55	-.196	.209	.879	-.84	.45



ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΔΑΜΟΣ: Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά: Προοπτικές, προκλήσεις και κανονιστικό πλαίσιο

συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;		56+	-.556	.338	.497	-1.62	.51
	26-35	18-25	.014	.204	1.000	-.62	.65
		36-45	-.410*	.145	.049	-.82	.00
		46-55	-.182	.154	.763	-.62	.26
		56+	-.542	.307	.441	-1.55	.47
	36-45	18-25	.424	.203	.277	-.21	1.06
		26-35	.410*	.145	.049	.00	.82
		46-55	.228	.152	.566	-.20	.66
		56+	-.132	.306	.992	-1.14	.87
	46-55	18-25	.196	.209	.879	-.45	.84
		26-35	.182	.154	.763	-.26	.62
		36-45	-.228	.152	.566	-.66	.20
		56+	-.360	.310	.773	-1.37	.65
	56+	18-25	.556	.338	.497	-.51	1.62
		26-35	.542	.307	.441	-.47	1.55
		36-45	.132	.306	.992	-.87	1.14
		46-55	.360	.310	.773	-.65	1.37
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	18-25	26-35	-.125	.069	.391	-.33	.08
		36-45	-.026	.026	.854	-.10	.05
		46-55	-.280	.092	.039	-.55	-.01
		56+	-.444	.176	.176	-1.05	.16
	26-35	18-25	.125	.069	.391	-.08	.33
		36-45	.099	.074	.671	-.12	.31
		46-55	-.155	.115	.661	-.48	.17
		56+	-.319	.189	.477	-.93	.30
	36-45	18-25	.026	.026	.854	-.05	.10
		26-35	-.099	.074	.671	-.31	.12
		46-55	-.254	.095	.086	-.53	.02
		56+	-.418	.178	.218	-1.03	.19
	46-55	18-25	.280	.092	.039	.01	.55
		26-35	.155	.115	.661	-.17	.48



	36–45	.254	.095	.086	-.02	.53
	56+	-.164	.198	.916	-.79	.46
56+	18–25	.444	.176	.176	-.16	1.05
	26–35	.319	.189	.477	-.30	.93
	36–45	.418	.178	.218	-.19	1.03
	46–55	.164	.198	.916	-.46	.79

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Αν και ο έλεγχος ANOVA αναδεικνύει στατιστικά σημαντικές διαφορές για την ερώτηση «Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;» ο post-hoc έλεγχος Games – Howell δεν είναι σε θέση να διαπιστώσει για ποιες 2 κατηγορίες προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Το σύνολο των νέων, μεταξύ 18 και 25 ετών, γνωρίζουν για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών, ενώ τα ποσοστά παραμένουν ιδιαίτερα υψηλά για τις ηλικιακές ομάδες έως και 45 ετών, αν και τα άτομα στην ηλικιακή κατηγορία μεταξύ 36 και 45 ετών γνωρίζουν σε μεγαλύτερο ποσοστό για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών συγκριτικά με τα άτομα ηλικίας μεταξύ 26 και 35 ετών. Από την ηλικία των 46 ετών και έπειτα τα ποσοστά μειώνονται, και τα χαμηλότερα ποσοστά ως προς την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών παρατηρούνται, όπως θα ήταν αναμενόμενο, στις μεγαλύτερες ηλικίες, αν και η πλειοψηφία ακόμα και των ατόμων μεγαλύτερων ηλικιών γνωρίζουν την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών.

Πίνακας 3. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» ανά ηλικιακή ομάδα

		2. Ηλικιακή ομάδα					
		18–25	26–35	36–45	46–55	56+	Total
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ναι	100.0%	87.5%	97.4%	72.0%	55.6%	85.7%
	Όχι		12.5%	2.6%	28.0%	44.4%	14.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Οι νέοι μεταξύ 18 και 25 ετών έχουν χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό συγκριτικά με τις μεγαλύτερες ηλικιακές κατηγορίες, με τα ποσοστά καθώς αυξάνεται η ηλικία να μειώνονται. Έτσι, ενώ το 88,9% των ατόμων μεταξύ 18 και 25



ετών έχει χρησιμοποιήσει ψηφιακή τράπεζα, το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 58,3% για τα άτομα μεταξύ 26 και 35 ετών. Από την ηλικία των 36 ετών και άνω, τα άτομα που έχουν χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα είναι μειοψηφία, με το ποσοστό χρήσης κάποιας ψηφιακής τράπεζας να μειώνεται γραμμικά με την ηλικία. Ιδιαίτερα άνω των 56 ετών, μόλις 1 στους 10 έχουν χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα. Η διείσδυση των ψηφιακών τραπεζών, συνεπώς, είναι σαφώς μεγαλύτερη στα νεότερα άτομα και ιδιαίτερα στα άτομα κάτω των 26 ετών.

Πίνακας 4. Απαντήσεις στην ερώτηση «Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;» ανά ηλικιακή ομάδα

		2. Ηλικιακή ομάδα					
		18–25	26–35	36–45	46–55	56+	Total
13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	Ναι	88.9%	58.3%	44.7%	36.0%	11.1%	46.7%
	Όχι	11.1%	41.7%	55.3%	64.0%	88.9%	53.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Τα νεότερα άτομα πιστεύουν και σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές, καθώς το σύνολο των ατόμων μεταξύ 18 και 35 ετών πιστεύουν ότι οι ψηφιακές τράπεζες θα μπορούσαν με βεβαιότητα ή ενδεχομένως θα μπορούσαν να συνυπάρξουν με τον παραδοσιακό τραπεζικό τομέα. Αν και η πλειοψηφία των ατόμων ακόμα και μεγαλύτερων ηλικιών θεωρούν ότι οι ψηφιακές τράπεζες θα μπορούσαν ή ενδεχομένως θα μπορούσαν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές, 1 στα 3 άτομα άνω των 56 ετών δεν θεωρούν μία τέτοια συνύπαρξη εφικτή.

Πίνακας 5. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;» ανά ηλικιακή ομάδα

		2. Ηλικιακή ομάδα					
		18–25	26–35	36–45	46–55	56+	Total
19. Πιστεύετε ότι οι ψηφιακές τράπεζες μπορούν να συνυπάρξουν με τις παραδοσιακές;	Ίσως	55.6%	54.2%	26.3%	40.0%	33.3%	39.0%
	Ναι	44.4%	45.8%	60.5%	56.0%	33.3%	52.4%
	Όχι			13.2%	4.0%	33.3%	8.6%



Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

2.4.2 Διαφορές με βάση το φύλο

Με βάση το φύλο προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ως προς τις απόψεις για τον βαθμό ετοιμότητας της ελληνικής αγοράς για τις ψηφιακές τράπεζες, το εάν η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες των καταναλωτών, εάν η έλλειψη φυσικού υποκαταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για τη χρήση της, τη γνώση για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών καθώς και το ποιες τραπεζικές εργασίες και προϊόντα θα ήθελαν οι καταναλωτές να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά.

Πίνακας 6. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για το φύλο

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες; (Κλίμακα 1–5)	Equal variances assumed	.291	.591	2.192	103	.031	.446	.203	.042	.849
	Equal variances not assumed			2.126	65.304	.037	.446	.210	.027	.864
8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;	Equal variances assumed	22.196	.000	2.324	103	.022	.252	.109	.037	.468
	Equal variances not assumed			2.552	91.051	.012	.252	.099	.056	.449
9. Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	Equal variances assumed	.018	.893	-4.077	103	.000	-1.077	.264	-1.601	-.553
	Equal variances not assumed			-4.048	69.679	.000	-1.077	.266	-1.608	-.546
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Equal variances assumed		17.590	.000	-1.859	103	.066	-.133	.071	-.275	.009



Revolut, N26, Monzo, Wise);	Equal variances not assumed			-2.170	101.363	.032	-.133	.061	-.254	-.011
16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;	Equal variances assumed	1.348	.248	2.016	103	.046	2.223	1.103	.036	4.411
	Equal variances not assumed			2.075	77.006	.041	2.223	1.071	.090	4.357

Οι γυναίκες θεωρούν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό την ετοιμότητα της ελληνικής αγοράς για τις ψηφιακές τράπεζες ως μέτρια, ενώ μόνο 1 στους 10 άνδρες θεωρούν την ελληνική αγορά απόλυτα έτοιμη για τις ψηφιακές τράπεζες. Από την άλλη πλευρά, οι άνδρες σε μεγαλύτερο ποσοστό θεωρούν την ελληνική αγορά ανέτοιμη για τις ψηφιακές τράπεζες.

Πίνακας 7. Απαντήσεις στην ερώτηση «Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες; με βάση το φύλο

		1. Φύλο		
		Ανδρας	Γυναίκα	Total
12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες; (Κλίμακα 1–5)	1	14.8%	5.9%	10.5%
	2	27.8%	25.5%	26.7%
	3	31.5%	51.0%	41.0%
	4	16.7%	17.6%	17.1%
	5	9.3%		4.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Περισσότερες γυναίκες αναφέρουν ότι απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει απόλυτα τις περισσότερες ανάγκες τους, ενώ οι άνδρες σε μεγαλύτερο ποσοστό αναφέρουν ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες τους ως ένα βαθμό.

Πίνακας 8. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;» με βάση το φύλο

1. Φύλο

Total



		Άνδρας	Γυναίκα	
8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;	Μερικώς	35.2%	33.3%	34.3%
	Ναι	61.1%	62.7%	61.9%
	Όχι	3.7%	3.9%	3.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Οι γυναίκες θεωρούν σε μεγαλύτερο ποσοστό από τους άνδρες ότι η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα συνιστούσε εμπόδιο για εκείνες καθώς το 60,7% των γυναικών που πήραν μέρος στην έρευνα θεωρούν ότι απουσία η φυσικού καταστήματος αποτελεί εμπόδιο, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες είναι 55,6%.

Πίνακας 9. Απαντήσεις στην ερώτηση «Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;» με βάση το φύλο

		1. Φύλο		
		Άνδρας	Γυναίκα	Total
9. Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	Καθόλου	22.2%	19.6%	21.0%
	Λίγο	22.2%	19.6%	21.0%
	Μερικώς	25.9%	43.1%	34.3%
	Πάρα πολύ	5.6%		2.9%
	Πολύ	24.1%	17.6%	21.0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Οι γυναίκες γνωρίζουν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών από τους άνδρες, καθώς το 92,2% των γυναικών γνωρίζει την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους άνδρες είναι 79,6%.

Πίνακας 10. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση το φύλο

1. Φύλο		
Άνδρας	Γυναίκα	Total



ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΔΑΜΟΣ: Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά: Προοπτικές, προκλήσεις και κανονιστικό πλαίσιο

11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ναι	79.6%	92.2%	85.7%
	Όχι	20.4%	7.8%	14.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Οι περισσότεροι άνδρες θα ήθελαν μια πληθώρα τραπεζικών εργασιών και προϊόντων, όπως πληρωμές, δάνεια, επενδύσεις, τραπεζοασφαλιστικά και χρήση και διαχείριση χρεωστικών και πιστωτικών καρτών, να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά, ενώ οι περισσότερες γυναίκες επιθυμούν κυρίως την πραγματοποίηση πληρωμών και τη χρήση και διαχείριση πιστωτικών και χρεωστικών καρτών.

Πίνακας 11. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;» με βάση το φύλο

		1. Φύλο		
		Άνδρας	Γυναίκα	Total
16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;	Δάνεια	1.9%		1.0%
	Δάνεια,		2.0%	1.0%
	Δάνεια, Επενδύσεις		2.0%	1.0%
	Δάνεια, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά	1.9%	3.9%	2.9%
	Δάνεια, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	1.9%		1.0%
	Επενδύσεις		3.9%	1.9%
	Επενδύσεις, Κάρτες	1.9%		1.0%
	Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά	1.9%		1.0%
	Κάρτες		3.9%	1.9%
	Πληρωμές	27.8%	25.5%	26.7%
	Πληρωμές, Δάνεια	1.9%	2.0%	1.9%
	Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις	1.9%		1.0%
	Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις, Κάρτες	5.6%	3.9%	4.8%
	Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	22.2%	7.8%	15.2%
	Πληρωμές, Δάνεια, Κάρτες	9.3%	11.8%	10.5%
	Πληρωμές, Δάνεια, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες		2.0%	1.0%
	Πληρωμές, Επενδύσεις	3.7%		1.9%



Πληρωμές, Επενδύσεις, Κάρτες	1.9%	5.9%	3.8%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Κάρτες,	1.9%		1.0%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά	1.9%		1.0%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	1.9%	2.0%	1.9%
Πληρωμές, Κάρτες	9.3%	17.6%	13.3%
Πληρωμές, Τραπεζοασφαλιστικά		3.9%	1.9%
Πληρωμές, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	1.9%		1.0%
Τραπεζοασφαλιστικά		2.0%	1.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

2.4.3 Διαφορές με βάση την προηγούμενη εργασία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό τομέα

Με βάση το εάν συμμετέχοντες στην έρευνα εργάζονται ή έχουν εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό τομέα προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% ως προς τις απόψεις για τον βαθμό ετοιμότητας της ελληνικής αγοράς για τις ψηφιακές τράπεζες, το εάν η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες των καταναλωτών, εάν η έλλειψη φυσικού υποκαταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για τη χρήση της, τη γνώση για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών καθώς και το ποιες τραπεζικές εργασίες και προϊόντα θα ήθελαν οι καταναλωτές να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά.



Πίνακας 12. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για την εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες; (Κλίμακα 1-5)	Equal variances assumed	.291	.591	2.192	103	.031	.446	.203	.042	.849
	Equal variances not assumed			2.126	65.304	.037	.446	.210	.027	.864
8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;	Equal variances assumed	22.196	.000	2.324	103	.022	.252	.109	.037	.468
	Equal variances not assumed			2.552	91.051	.012	.252	.099	.056	.449
9. Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	Equal variances assumed	.018	.893	-4.077	103	.000	-1.077	.264	-1.601	-.553
	Equal variances not assumed			-4.048	69.679	.000	-1.077	.266	-1.608	-.546
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Equal variances assumed	17.590	.000	-1.859	103	.066	-.133	.071	-.275	.009
	Equal variances not assumed			-2.170	101.363	.032	-.133	.061	-.254	-.011
16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;	Equal variances assumed	1.348	.248	2.016	103	.046	2.223	1.103	.036	4.411
	Equal variances not assumed			2.075	77.006	.041	2.223	1.071	.090	4.357



Τα άτομα με εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο θεωρούν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για την είσοδο ψηφιακών τραπεζών.

Πίνακας 13. Απαντήσεις στην ερώτηση «Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο			
	Ναι	Όχι	Total
12. Σε τι βαθμό πιστεύετε ότι η ελληνική αγορά είναι έτοιμη για ψηφιακές τράπεζες;	11.1%	10.1%	10.5%
(Κλίμακα 1–5)			
2	8.3%	36.2%	26.7%
3	50.0%	36.2%	41.0%
4	22.2%	14.5%	17.1%
5	8.3%	2.9%	4.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Σημαντικά υψηλότερο ποσοστό ατόμων που εργάζονται ή έχουν εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο πιστεύουν ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει πλήρως τις περισσότερες ανάγκες τους.

Πίνακας 14. Απαντήσεις στην ερώτηση «Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο			
	Ναι	Όχι	Total
Μερικώς	16.7%	43.5%	34.3%



8. Πιστεύετε ότι η απομακρυσμένη τραπεζική καλύπτει τις περισσότερες ανάγκες σας;	Ναι	80.6%	52.2%	61.9%
	Όχι	2.8%	4.3%	3.8%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Για τα άτομα χωρίς εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο σε σαφώς μεγαλύτερο βαθμό συγκριτικά με τα άτομα που εργάζονται ή έχουν εργαστεί στο παρελθόν στον αντίστοιχο κλάδο.

Πίνακας 15. Απαντήσεις στην ερώτηση «Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

		3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο		
		Ναι	Όχι	Total
9. Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	Καθόλου	44.4%	8.7%	21.0%
	Λίγο	22.2%	20.3%	21.0%
	Μερικώς	22.2%	40.6%	34.3%
	Πάρα πολύ		4.3%	2.9%
	Πολύ	11.1%	26.1%	21.0%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Όπως θα ήταν αναμενόμενο, άτομα με εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο γνωρίζουν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών συγκριτικά με άτομα δίχως ανάλογη εργασιακή εμπειρία.



Πίνακας 16. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

		3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο		
		Ναι	Όχι	Total
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ναι	94.4%	81.2%	85.7%
	Όχι	5.6%	18.8%	14.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%

Άτομα με εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο θα ήθελαν να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά μία ευρεία γκάμα τραπεζικών εργασιών και προϊόντων, όπως πληρωμές, δάνεια, επενδύσεις, τραπεζοασφαλιστικά προϊόντα και διαχείριση καρτών, ενώ τα άτομα δίχως αντίστοιχη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο θα ήθελαν κυρίως η πραγματοποίηση πληρωμών να πραγματοποιείται πλήρως ψηφιακά.

Πίνακας 17. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;» με βάση την προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο

		3. Εργάζεστε ή έχετε εργαστεί στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο		
		Ναι	Όχι	Total
16. Ποιες τραπεζικές εργασίες/προϊόντα θα θέλατε να πραγματοποιούνται πλήρως ψηφιακά;	Δάνεια	2.8%		1.0%
	Δάνεια,		1.4%	1.0%
	Δάνεια, Επενδύσεις		1.4%	1.0%



ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΔΑΜΟΣ: Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά: Προοπτικές, προκλήσεις και κανονιστικό πλαίσιο

Δάνεια, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά		4.3%	2.9%
Δάνεια, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες		1.4%	1.0%
Επενδύσεις		2.9%	1.9%
Επενδύσεις, Κάρτες		1.4%	1.0%
Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά	2.8%		1.0%
Κάρτες	2.8%	1.4%	1.9%
Πληρωμές	11.1%	34.8%	26.7%
Πληρωμές, Δάνεια		2.9%	1.9%
Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις		1.4%	1.0%
Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις, Κάρτες	8.3%	2.9%	4.8%
Πληρωμές, Δάνεια, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	27.8%	8.7%	15.2%
Πληρωμές, Δάνεια, Κάρτες	11.1%	10.1%	10.5%
Πληρωμές, Δάνεια, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	2.8%		1.0%
Πληρωμές, Επενδύσεις	2.8%	1.4%	1.9%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Κάρτες	2.8%	4.3%	3.8%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Κάρτες,		1.4%	1.0%
Πληρωμές, Επενδύσεις, Τραπεζοασφαλιστικά	2.8%		1.0%



Πληρωμές, Επενδύσεις, 5.6%			1.9%
Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες			
Πληρωμές, Κάρτες	11.1%	14.5%	13.3%
Πληρωμές, Τραπεζοασφαλιστικά		2.9%	1.9%
Πληρωμές, Τραπεζοασφαλιστικά, Κάρτες	2.8%		1.0%
Τραπεζοασφαλιστικά	2.8%		1.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

2.4.4 Διαφορές με βάση τη χρήση ψηφιακών καναλιών τραπεζικής

Με βάση το ποιο κανάλι ψηφιακής τραπεζικής χρησιμοποιούν οι καταναλωτές προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% σχετικά με το βαθμό ικανοποίησης από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζας τους και τη γνώση για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών.

Dependent Variable	(I) 5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	(J) 5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	e-banking	mobile banking	.119	.097	.613	-.14	.38
		και τα δύο	.158	.085	.267	-.07	.39
		Κανένα	-.774*	.076	.000	-.98	-.57
	mobile banking	e-banking	-.119	.097	.613	-.38	.14
		και τα δύο	.039	.071	.946	-.15	.23
		Κανένα	-.893*	.060	.000	-1.06	-.73
	και τα δύο	e-banking	-.158	.085	.267	-.39	.07
		mobile banking	-.039	.071	.946	-.23	.15
		Κανένα	-.932*	.038	.000	-1.03	-.83
	Κανένα	e-banking	.774*	.076	.000	.57	.98



	mobile banking	.893*	.060	.000	.73	1.06
	και τα δύο	.932*	.038	.000	.83	1.03

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Πίνακας 18. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για τη χρήση ψηφιακών καναλιών τραπεζικής

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκ των υστέρων ανά δυάδες έλεγχοι (post-hoc) Games – Howell για να διαπιστωθεί μεταξύ ποιων κατηγοριών της μεταβλητής παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Πίνακας 19. Εκ των υστέρων ανά δυάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για τη χρήση ψηφιακών καναλιών

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Within Groups	106.703	101	1.056		
	Total	118.133	104			
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Between Groups	1.964	3	.655	6.069	.001
	Within Groups	10.893	101	.108		
	Total	12.857	104			

Όσοι χρησιμοποιούν τόσο το e-banking όσο και το mobile banking γνωρίζουν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών συγκριτικά με όσους δεν χρησιμοποιούν κάποια από τα κανάλια ψηφιακής τραπεζικής ή όσους χρησιμοποιούν κυρίως το e-banking, αλλά και ως ένα βαθμό και σε όσους χρησιμοποιούν κυρίως το mobile banking.

Πίνακας 20. Απάντηση στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» ε βάση τα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής

		5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;				
		e-banking	mobile banking	και τα δύο	Κανένα	Total
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ναι	77.4%	89.3%	93.2%		85.7%
	Όχι	22.6%	10.7%	6.8%	100.0%	14.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



2.4.5 Διαφορές με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

Στατιστικά σημαντικές διαφορές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% με βάση τη συχνότητα χρήσης παρατηρούνται ως προς την ικανοποίηση των καταναλωτών από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζας τους, τα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής που χρησιμοποιούν κυρίως, το εάν η απουσία φυσικού υποκαταστήματος σε μία ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδια για τη χρήση της, την γνώση για την ύπαρξη και τη χρήση ψηφιακών τραπεζών, καθώς και το ποιες ψηφιακές τράπεζες γνωρίζουν και θα εξέταζαν να χρησιμοποιήσουν οι καταναλωτές.

Πίνακας 21. Στατιστικά σημαντικές διαφορές με βάση τον έλεγχο ANOVA για τη συχνότητα χρήσης e-banking και mobile banking

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
7. Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζάς σας;	Between Groups	13.032	3	4.344	4.174	.008
	Within Groups	105.101	101	1.041		
	Total	118.133	104			
5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	Between Groups	12.020	3	4.007	5.931	.001
	Within Groups	68.228	101	.676		
	Total	80.248	104			
9. Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;	Between Groups	19.984	3	6.661	3.789	.013
	Within Groups	177.578	101	1.758		
	Total	197.562	104			
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Between Groups	2.748	3	.916	9.154	.000
	Within Groups	10.109	101	.100		
	Total	12.857	104			
13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	Between Groups	2.379	3	.793	3.372	.021
	Within Groups	23.754	101	.235		
	Total	26.133	104			
	Between Groups	136.438	3	45.479	3.121	.029



14. Ποιες ψηφιακές τράπεζες Within Groups γνωρίζετε;	1471.810	101	14.572		
Total	1608.248	104			
15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες Between Groups θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;	126.039	3	42.013	3.497	.018
Within Groups	1213.523	101	12.015		
Total	1339.562	104			

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκ των υστέρων ανά δυνάδες έλεγχοι (post-hoc) Games – Howell για να διαπιστωθεί μεταξύ ποιων κατηγοριών της μεταβλητής παρατηρούνται στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Πίνακας 22. Εκ των υστέρων ανά δυνάδες (post-hoc) έλεγχοι Games – Howell για τη συχνότητα χρήσης e-banking και mobile banking

Dependent Variable	(I) 4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;	(J) 4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
5. Ποια ψηφιακά κανάλια Καθημερινά τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	Ποτέ	Ποτέ	-1.685*	.108	.000	-1.97	-1.40
		Σπάνια	.981	.351	.217	-1.01	2.97
		Συχνά	.358	.168	.150	-.08	.80
	Σπάνια	Καθημερινά	1.685*	.108	.000	1.40	1.97
		Ποτέ	2.667*	.333	.038	.36	4.98
		Συχνά	2.043*	.128	.000	1.70	2.38
	Συχνά	Καθημερινά	-.981	.351	.217	-2.97	1.01
		Ποτέ	-2.667*	.333	.038	-4.98	-.36
		Συχνά	-.623	.357	.449	-2.53	1.28
	Ποτέ	Καθημερινά	-.358	.168	.150	-.80	.08
		Σπάνια	-2.043*	.128	.000	-2.38	-1.70
		Συχνά	.623	.357	.449	-1.28	2.53
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη Καθημερινά ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ποτέ	Ποτέ	-.944*	.031	.000	-1.03	-.86
		Σπάνια	-.611	.335	.453	-2.89	1.66
		Συχνά	-.118	.065	.268	-.29	.05
	Σπάνια	Καθημερινά	.944*	.031	.000	.86	1.03
		Συχνά	.333	.333	.768	-1.98	2.64



ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΔΑΜΟΣ: Η δημιουργία ψηφιακής τράπεζας στην ελληνική αγορά:
Προοπτικές, προκλήσεις και κανονιστικό πλαίσιο

13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	Σπάνια	Συχνά	.826*	.057	.000	.68	.98
		Καθημερινά	.611	.335	.453	-1.66	2.89
		Ποτέ	-.333	.333	.768	-2.64	1.98
	Συχνά	Σπάνια	.493	.338	.574	-1.71	2.70
		Καθημερινά	.118	.065	.268	-.05	.29
		Ποτέ	-.826*	.057	.000	-.98	-.68
	Ποτέ	Σπάνια	-.493	.338	.574	-2.70	1.71
		Καθημερινά	-.593*	.067	.000	-.77	-.41
		Ποτέ	-.593*	.067	.000	-.77	-.41
	Σπάνια	Συχνά	-.223	.099	.115	-.48	.03
		Καθημερινά	.593*	.067	.000	.41	.77
		Ποτέ	.000	.000	.	.00	.00
14. Ποιες ψηφιακές τράπεζες γνωρίζετε;	Ποτέ	Σπάνια	.370*	.072	.000	.18	.56
		Καθημερινά	.593*	.067	.000	.41	.77
		Ποτέ	.000	.000	.	.00	.00
	Σπάνια	Συχνά	.370*	.072	.000	.18	.56
		Καθημερινά	.593*	.067	.000	.41	.77
		Ποτέ	.000	.000	.	.00	.00
	Συχνά	Σπάνια	.370*	.072	.000	.18	.56
		Καθημερινά	.223	.099	.115	-.03	.48
		Ποτέ	-.370*	.072	.000	-.56	-.18
	Καθημερινά	Σπάνια	-.370*	.072	.000	-.56	-.18
		Ποτέ	-7.037*	.462	.000	-8.26	-5.81
		Σπάνια	-3.704	3.365	.724	-26.06	18.66
	Ποτέ	Συχνά	.093	.773	.999	-1.93	2.12
		Καθημερινά	7.037*	.462	.000	5.81	8.26
		Σπάνια	3.333	3.333	.768	-19.76	26.43
	Σπάνια	Συχνά	7.130*	.619	.000	5.48	8.78
		Καθημερινά	3.704	3.365	.724	-18.66	26.06
		Ποτέ	-3.333	3.333	.768	-26.43	19.76
	Συχνά	Σπάνια	3.797	3.390	.714	-18.04	25.63
		Καθημερινά	-.093	.773	.999	-2.12	1.93
		Ποτέ	-7.130*	.619	.000	-8.78	-5.48
	Καθημερινά	Σπάνια	-3.797	3.390	.714	-25.63	18.04
		Ποτέ	-5.241*	.468	.000	-6.48	-4.00
		Σπάνια	-5.241*	.468	.000	-6.48	-4.00



15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;	Συχνά		-.328	.709	.967	-2.18	1.53
	Ποτέ	Καθημερινά	5.241*	.468	.000	4.00	6.48
		Σπάνια	.000	.000	.	.00	.00
		Συχνά	4.913*	.533	.000	3.49	6.33
	Σπάνια	Καθημερινά	5.241*	.468	.000	4.00	6.48
		Ποτέ	.000	.000	.	.00	.00
		Συχνά	4.913*	.533	.000	3.49	6.33
	Συχνά	Καθημερινά	.328	.709	.967	-1.53	2.18
		Ποτέ	-4.913*	.533	.000	-6.33	-3.49
		Σπάνια	-4.913*	.533	.000	-6.33	-3.49

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

Αν και ο έλεγχος ANOVA αναδεικνύει στατιστικά σημαντικές διαφορές για τις ερωτήσεις «Πόσο ικανοποιημένος/η είστε από την υφιστάμενη απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζάς σας;» και «Η απουσία φυσικού καταστήματος σε μια ψηφιακή τράπεζα θα αποτελούσε εμπόδιο για εσάς;», ο post-hoc έλεγχος Games – Howell δεν είναι σε θέση να διαπιστώσει για ποιες 2 κατηγορίες προκύπτουν στατιστικά σημαντικές διαφορές.

Όσοι πραγματοποιούν χρήση των ψηφιακών καναλιών καθημερινά χρησιμοποιούν τόσο το e-banking όσο και το mobile banking πραγματοποιούν και συχνότερη χρήση των, καθώς ο 1 στους 2 τις χρησιμοποιεί και τα 2 ψηφιακά κανάλια. Αντίθετα, όσοι πραγματοποιούν περιορισμένη χρήση των καναλιών ψηφιακής τραπεζικής χρησιμοποιούν κυρίως το e-banking. Όσο πιο συχνή είναι η χρήση των ψηφιακών καναλιών, τόσο πιθανότερο είναι οι χρήστες να κάνουν χρήση και εναλλακτικών ψηφιακών καναλιών και πέρα από το e-banking.

Πίνακας 23. Απαντήσεις στην ερώτηση «Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

		4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;				
		Καθημερινά	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Total
5. Ποια ψηφιακά κανάλια τραπεζικής χρησιμοποιείτε κυρίως;	e-banking	20.4%		66.7%	39.1%	29.5%
	mobile banking	27.8%		33.3%	26.1%	26.7%
	και τα δύο	51.9%			34.8%	41.9%
	Κανένα		100.0%			1.9%



Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
-------	--------	--------	--------	--------	--------

Όσοι χρησιμοποιούν καθημερινά το e-banking ή το mobile banking γνωρίζουν και σε σαφώς μεγαλύτερο βαθμό την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών, ενώ σε σημαντικό βαθμό γνωρίζουν την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών και όσοι χρησιμοποιούν τα κανάλια ψηφιακής τραπεζικής συχνά. Η συχνότητα χρήσης καθορίζει σε σημαντικό βαθμό και την γνώση ψηφιακών τραπεζών, καθώς οι χρήστες αυτοί είναι ήδη ιδιαίτερα εξοικειωμένοι και επιδεικνύουν έντονο ενδιαφέρον για την ψηφιακή τραπεζική.



Πίνακας 24. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

		4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;				
		Καθημερινά	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Total
11. Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);	Ναι	94.4%		33.3%	82.6%	85.7%
	Όχι	5.6%	100.0%	66.7%	17.4%	14.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Σε συνέχεια των απαντήσεων στο προηγούμενο ερώτημα, όσοι χρησιμοποιούν τα κανάλια ψηφιακής τραπεζικής καθημερινά όχι μόνο γνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό για την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών, αλλά σε σημαντικό ποσοστό έχουν κάνει και χρήση τους. Αντίθετα, σαφώς μικρότερο ποσοστό όσων πραγματοποιούν περισσότερο περιορισμένη χρήση των ψηφιακών καναλιών έχουν κάνει ήδη χρήση και κάποιας ψηφιακής τράπεζας.

Πίνακας 25. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

		4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;				
		Καθημερινά	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Total
13. Έχετε χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα;	Ναι	59.3%			37.0%	46.7%
	Όχι	40.7%	100.0%	100.0%	63.0%	53.3%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Όσοι χρησιμοποιούν καθημερινά ή συχνά το e-banking ή mobile banking γνωρίζουν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό ιδιαίτερα την ύπαρξη της Revolut αλλά και άλλων ψηφιακών τραπεζών συγκριτικά με όσους πραγματοποιούν χρήση των καναλιών ψηφιακής τραπεζικής σπάνια ή ποτέ.



Πίνακας 26. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

		4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;				
		Καθημερινά	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Total
14. Ποιες ψηφιακές τράπεζες γνωρίζετε;	Monzo				2.2%	1.0%
	N26				4.3%	1.9%
	Revolut	48.1%		33.3%	54.3%	49.5%
	Revolut, Monzo	1.9%				1.0%
	Revolut, N26	3.7%			2.2%	2.9%
	Revolut, N26, Snappi	9.3%			4.3%	6.7%
	Revolut, N26, Wise	1.9%				1.0%
	Revolut, N26, Wise, Snappi	3.7%			2.2%	2.9%
	Revolut, Snappi	13.0%			6.5%	9.5%
	Revolut, Wise	3.7%			2.2%	2.9%
	Revolut, Wise, Monzo	5.6%				2.9%
	Revolut, Wise, Snappi	7.4%			4.3%	5.7%
	Καμία	1.9%	100.0%	66.7%	17.4%	12.4%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Η Revolut αναδεικνύεται ως η ψηφιακή τράπεζα που θα ήταν πιθανότερο να χρησιμοποιήσουν όσοι χρησιμοποιούν τα κανάλια ψηφιακής τραπεζικής καθημερινά ή συχνά. Αντίθετα, όσοι χρησιμοποιούν την ψηφιακή τραπεζική σπάνια δεν εξετάζουν τη χρήση κάποιας ψηφιακής τράπεζας. Η Revolut αναδεικνύεται και πάλι ως η πλέον γνωστή ψηφιακή τράπεζα και ο βαθμός εξοικείωσης και χρήσης των υπηρεσιών ψηφιακής τραπεζικής καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την πιθανότητα χρήσης μίας ψηφιακής τράπεζας.



Πίνακας 27. Απαντήσεις στην ερώτηση «Γνωρίζετε την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών (π.χ. Revolut, N26, Monzo, Wise);» με βάση τη συχνότητα χρήσης e-banking και m-banking

		4. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε e-banking ή mobile banking;				
		Καθημερινά	Ποτέ	Σπάνια	Συχνά	Total
15. Ποιες ψηφιακές τράπεζες θα εξετάζατε να χρησιμοποιήσετε;	N26	1.9%			2.2%	1.9%
	N26, Snappi	1.9%				1.0%
	Revolut	50.0%			50.0%	47.6%
	Revolut, Monzo	1.9%				1.0%
	Revolut, N26	1.9%			4.3%	2.9%
	Revolut, N26, Snappi	1.9%				1.0%
	Revolut, N26, Wise, Monzo, Snappi	3.7%				1.9%
	Revolut, Snappi	9.3%			10.9%	9.5%
	Snappi	5.6%			4.3%	4.8%
	Wise	1.9%			2.2%	1.9%
	Καμία	20.4%	100.0%	100.0%	26.1%	26.7%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

2.5 Συζήτηση των αποτελεσμάτων

Τα ευρήματα της έρευνας καταδεικνύουν ότι οι καταναλωτές στην Ελλάδα διαθέτουν τις ψηφιακές δεξιότητες και αξιοποιούν ήδη σε σημαντικό βαθμό τις δυνατότητες της ψηφιακής τραπεζικής, αλλά δομικοί παράγοντες και ζητήματα προστασίας και ασφάλειας των χρηστών δυσχεραίνουν τη μετάβαση σε έναν πλήρως ψηφιακό τρόπο λειτουργίας των τραπεζών.

Ως προς το πρώτο ερευνητικό ερώτημα αναφορικά με τον βαθμό εξοικείωσης και χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής των καταναλωτών στη χώρα μας, οι Έλληνες καταναλωτές είναι σε μεγάλο βαθμό εξοικειωμένοι και χρησιμοποιούν την ψηφιακή τραπεζική. Οι περισσότεροι χρησιμοποιούν ήδη συχνά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, ενώ μία σχετική πλειοψηφία χρησιμοποιεί το σύνολο των διαθέσιμων ψηφιακών καναλιών, δηλαδή τόσο το e-banking όσο



και το mobile banking. Ιδιαίτερα σημαντικό είναι και το γεγονός ότι οι περισσότεροι καταναλωτές αναφέρουν πως τα ψηφιακά κανάλια τραπεζικής καλύπτουν πλήρως ή έως ένα βαθμό τις ανάγκες τους. Ταυτόχρονα, εμφανίζονται ιδιαίτερα ευχαριστημένοι από την απομακρυσμένη εξυπηρέτηση της τράπεζας τους και θεωρούν ότι καλύπτει τις περισσότερες τραπεζικές τους ανάγκες. Κατά συνέπεια, η προώθηση της ψηφιακής τραπεζικής από τις παραδοσιακές τράπεζες στη χώρα μας έχει ως αποτέλεσμα το κοινό στην Ελλάδα να είναι πλέον ιδιαίτερα εξοικειωμένο με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες και να τις αξιοποιεί σε σημαντικό βαθμό. Η ψηφιακή ετοιμότητα και εξοικείωση εμφανίζεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα μεταξύ των καταναλωτών στην Ελλάδα και ένα μεγάλο μέρος τους θεωρούν ότι καλύπτει πλήρως ή έως ένα βαθμό τις τραπεζικές τους ανάγκες. Οι Έλληνες καταναλωτές είναι εξοικειωμένοι με την ψηφιακή τραπεζική και την θεωρούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι των τραπεζικών τους συναλλαγών και της λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος.

Αναφορικά με το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα που αφορά τις προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στην Ελλάδα, προκύπτει ότι σε γενικές γραμμές η ελληνική αγορά θεωρείται ώριμη για την είσοδο και ανάπτυξη ψηφιακών τραπεζών. Η εξοικείωση των καταναλωτών με την ψηφιακή τραπεζική και η αύξηση των ψηφιακών συναλλαγών δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την είσοδο και ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών στην ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν και παράγοντες που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών. Αν και οι καταναλωτές εμφανίζονται θετικοί απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική, διατηρούν κάποιες επιφυλάξεις ως προς τις πλήρως ψηφιακές τράπεζες, ιδιαίτερα όσον αφορά την εμπιστοσύνη σε αυτές. Κατά συνέπεια, η αποτελεσματική ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών θα εξαρτηθεί όχι μόνο από τις τεχνολογικές τους δυνατότητες, αλλά και την ικανότητα τους να εμπνεύσουν εμπιστοσύνη και αξιοπιστία στους καταναλωτές και να καθησυχάσουν τους φόβους και τις ανησυχίες τους ως προς την υιοθέτηση ενός πλήρως ψηφιακού τραπεζικού υποδείγματος.

Παρά τις επιφυλάξεις που εκφράζονται και τα εμπόδια που εμφανίζονται ως προς την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζών, η ελληνική αγορά θεωρείται σε γενικές γραμμές έτοιμη για τις ψηφιακές τράπεζες. Η πλειοψηφία των καταναλωτών θεωρούν ότι η Ελλάδα είναι τουλάχιστον έως ένα βαθμό έτοιμη για την είσοδο ψηφιακών τραπεζών, ενώ το ποσοστό των καταναλωτών που δηλώνουν ότι θα εξέταζαν το ενδεχόμενο να αλλάξουν τράπεζα εάν υπήρχε μία αξιόπιστη ψηφιακή τράπεζα εμφανίζεται ιδιαίτερα υψηλό. Έτσι, οι καταναλωτές εκφράζουν την ετοιμότητα να εξετάσουν τη μετάβαση σε μια ψηφιακή τράπεζα, αρκεί να



θεωρείται αξιόπιστη, και θεωρούν ότι κάτι ανάλογο ισχύει και ευρύτερα για τη συνολική τραπεζική αγορά. Το γεγονός αυτό αναδεικνύει την ύπαρξη σημαντικών ευκαιριών για την ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών στην εγχώρια τραπεζική αγορά. Συνεπώς, οι προοπτικές για την ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών στην Ελλάδα εμφανίζονται, σε γενικές γραμμές, θετικές.

Όσον αφορά το τρίτο ερευνητικό ερώτημα που αφορά τους σημαντικότερους παράγοντες που καθορίζουν τη χρήση των ψηφιακών τραπεζών από τους καταναλωτές, ζητήματα ασφάλειας και εμπιστοσύνης αναδεικνύονται ως ιδιαίτερα σημαντικά στον καθορισμό των προθέσεων των καταναλωτών. Ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια και την αξιοπιστία των ψηφιακών τραπεζών αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες ως προς την υιοθέτηση τους. Η έλλειψη φυσικών υποκαταστημάτων αποτελεί επίσης εμπόδιο για ορισμένους καταναλωτές, με την πλειοψηφία των καταναλωτών να τη θεωρεί έστω και ως ένα βαθμό εμπόδιο, ενώ σημαντικό ποσοστό τη θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικό εμπόδιο. Η απόφαση χρήσης των ψηφιακών τραπεζών δεν αφορά αποκλειστικά τις τεχνολογικές τους δυνατότητες, αλλά επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από την εμπιστοσύνη των καταναλωτών σε αυτές. Οι καταναλωτές αναζητούν ασφάλεια, εμπιστοσύνη και χαμηλό κόστος υπηρεσιών από μία ψηφιακή τράπεζα. Συνεπώς, παραδοσιακά στοιχεία λειτουργίας του τραπεζικού τομέα, εξακολουθούν να προσδιορίζουν τις προσδοκίες και τις προθέσεις χρήσης των καταναλωτών και στην περίπτωση των ψηφιακών τραπεζών. Η μείωση του κινδύνου και η αντιμετώπιση των ανησυχιών των καταναλωτών ως προς την έλλειψη φυσικών υποκαταστημάτων αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την αύξηση της χρήσης των ψηφιακών τραπεζών από τους καταναλωτές.

Τέλος, ως προς το τέταρτο ερευνητικό ερώτημα που σχετίζεται με την επίδραση των χαρακτηριστικών των καταναλωτών που επηρεάζουν τις απόψεις και τις στάσεις τους ως προς τις ψηφιακές τράπεζες, προκύπτει ότι η επίδραση τους δεν είναι ανάλογη ως προς το σύνολο των διαστάσεων της ψηφιακής τραπεζικής. Η ηλικία και το επίπεδο χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών σχετίζονται με διαφορές στο επίπεδο αποδοχής και προθέσεων χρήσης των ψηφιακών τραπεζών. Οι νεότερης ηλικίας και οι περισσότερο εξοικειωμένοι με την ψηφιακή τεχνολογία και την ψηφιακή τραπεζική καταναλωτές εκφράζουν, όπως θα ήταν αναμενόμενο, θετικότερη στάση και αυξημένες προθέσεις χρήσης των ψηφιακών τραπεζών συγκριτικά με τους καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας και περιορισμένων ψηφιακών δεξιοτήτων.



Οι νεότεροι καταναλωτές, και ιδιαίτερα οι καταναλωτές ηλικίας μεταξύ 18 και 25 ετών, εμφανίζουν σαφώς υψηλότερα επίπεδα γνώσης ως προς τις ψηφιακές τράπεζες, προσθέσεις χρήσης και γενικότερα εμφανίζονται περισσότερο θετικοί απέναντι στις ψηφιακές τράπεζες. Το γεγονός αυτό πιθανότατα δεν οφείλεται αποκλειστικά στη μεγαλύτερη εξοικείωση των νέων καταναλωτών με την τεχνολογία, αλλά αντανακλά και μία γενικότερη μεταβολή των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών κατά τα τελευταία χρόνια. Για τους νεότερους πελάτες των τραπεζών οι ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες δεν αποτελούν απλώς μία από τις διαθέσιμες εναλλακτικές λύσεις για τις τραπεζικές τους συναλλαγές, αλλά πιθανότατα το βασικό μέσο για την πρόσβαση τους στις τραπεζικές υπηρεσίες. Αντίθετα, η χρήση των ψηφιακών χρηματοοικονομικών υπηρεσιών μειώνεται με την ηλικία, με τους μεγαλύτερης ηλικίας καταναλωτές να εμφανίζονται περισσότερο επιφυλακτικοί και δύσπιστοι, ιδιαίτερα εξαιτίας της έλλειψης φυσικής παρουσίας. Όχι μόνο χρησιμοποιούν σε μικρότερο βαθμό τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, αλλά και εμφανίζουν χαμηλότερες προθέσεις υιοθέτησης και χρήσης των ψηφιακών τραπεζών.

Οι διαφορές αυτές μεταξύ των γενεών, με τους νεότερους καταναλωτές να εμφανίζονται σαφώς περισσότερο θετικοί έναντι των ψηφιακών τραπεζών πιθανότητες θα έχουν ως αποτέλεσμα τη σταδιακή αποδοχή και υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζών στην εγχώρια αγορά. Καθώς οι νεότεροι καταναλωτές, με μεγαλύτερη εξοικείωση με την ψηφιακή τεχνολογία και τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, αρχίζουν να αποτελούν σημαντικό μέρος των καταναλωτών η υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζών αναμένεται να αυξηθεί. Συνεπώς, η δυσπιστία που εκφράζουν οι μεγαλύτερης ηλικίας καταναλωτές απέναντι στις ψηφιακές τράπεζες και η διστακτικότητα ως προς τη χρήση τους αναμένεται να αποτελέσει ένα προσωρινό και όχι ένα δομικό και μόνιμο εμπόδιο για την είσοδο και εδραίωση των ψηφιακών τραπεζών και στη χώρα μας.

Διαφορές όμως παρατηρούνται και ως προς το φύλο. Παρά το γεγονός ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών γνωρίζει για την ύπαρξη των ψηφιακών τραπεζών, οι γυναίκες εμφανίζονται περισσότερο διστακτικές απέναντι στην υιοθέτησή τους και θεωρούν περισσότερο σημαντική την ύπαρξη φυσικών τραπεζικών υποκαταστημάτων. Οι άνδρες, από την άλλη πλευρά, εμφανίζονται περισσότερο διατεθειμένοι να μεταβούν σε ένα πλήρως ψηφιακό υπόδειγμα χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και επιθυμούν την ψηφιακή διάθεση μεγαλύτερου εύρους χρηματοοικονομικών υπηρεσιών και δραστηριοτήτων.



Κατά συνέπεια, απαιτείται η κατάλληλη προσαρμογή των στρατηγικών προώθησης των ψηφιακών τραπεζών στις ανάγκες, τις επιθυμίες, αλλά και τις ανησυχίες των καταναλωτών. Η ενίσχυση της εμπιστοσύνης, η διαφάνεια στη λειτουργία, η αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών και η δημιουργία αισθήματος ασφάλειας ως προς την χρήση των ψηφιακών τραπεζών μεταξύ των καταναλωτών αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικούς παράγοντες για την αύξηση της υιοθέτησης των ψηφιακών τραπεζών, ιδιαίτερα μεταξύ των ομάδων του πληθυσμού που εμφανίζονται περισσότερο διστακτικές απέναντι στις ψηφιακές τράπεζες. Οι ομάδες αυτές του πληθυσμού εμφανίζονται ιδιαίτερα ευαίσθητες απέναντι σε πιθανούς κινδύνους από τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, ιδιαίτερα σε ένα τραπεζικό υπόδειγμα το οποίο χαρακτηρίζεται από την πλήρως ψηφιακή λειτουργία.

Ταυτόχρονα, αναδεικνύεται και ο κρίσιμος ρόλος της εμπειρίας και της εξοικείωσης με τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες. Άτομα με προηγούμενη εργασιακή εμπειρία στον τραπεζικό ή χρηματοοικονομικό κλάδο εμφανίζονται περισσότερο θετικά απέναντι στο ενδεχόμενο χρήσης μίας πλήρως ψηφιακής τράπεζας και δεν θεωρούν εμπόδιο για τους ίδιους την απουσία φυσικών υποκαταστημάτων. Αντίστοιχα, οι καταναλωτές που πραγματοποιούν συχνή χρήση των ψηφιακών τραπεζικών καναλιών γνωρίζουν σε σαφώς μεγαλύτερο ποσοστό την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζιών και εμφανίζονται περισσότερο διατεθειμένοι να εξετάσουν τη χρήση τους. Κατά συνέπεια, η εξοικείωση με τις ψηφιακές χρηματοοικονομικές υπηρεσίες μειώνει την αβεβαιότητα γύρω από αυτές, γεγονός που με τη σειρά του οδηγεί σε αυξημένες προθέσεις υιοθέτησης των πλήρως ψηφιακών τραπεζών. Η υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών μπορεί να θεωρηθεί ως μία προοδευτική διαδικασία, με την τακτική χρήση των ψηφιακών τραπεζικών καναλιών να οδηγεί σε αύξηση της εμπιστοσύνης σε αυτές και τη διαμόρφωση μιας πιο θετικής στάσης απέναντι σε πιο εξελιγμένους τρόπους παροχής χρηματοοικονομικών υπηρεσιών με ψηφιακά μέσα, όπως είναι οι πλήρως ψηφιακές τράπεζες.

Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας, η ελληνική τραπεζική αγορά μπορεί να θεωρηθεί ότι βρίσκεται σε ένα ενδιάμεσο στάδιο εξέλιξης ως προς τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Οι καταναλωτές χρησιμοποιούν ήδη σε σημαντικό βαθμό τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, αλλά εξακολουθούν να εμπιστεύονται και να βασίζονται στις παραδοσιακές τραπεζικές δομές και ιδρύματα. Το βασικό εμπόδιο ως προς την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζών δεν είναι οι τεχνολογικές δυνατότητες και οι ψηφιακές δεξιότητες των καταναλωτών, αλλά η εμπιστοσύνη στη λειτουργία τους και η οικοδόμηση αισθήματος ασφάλειας ως προς τη χρήση τους και τα κεφάλαια των πελατών τους. Η διάδοση των ψηφιακών τραπεζών στο μέλλον δεν εξαρτάται



αποκλειστικά από τις τεχνολογικές τους δυνατότητες, με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες να έχουν αποδείξει ήδη τη χρησιμότητα τους για τη διευκόλυνση των καταναλωτών, αλλά από την αντιμετώπιση των δομικών και ψυχολογικών εμποδίων απέναντι τους και ιδιαίτερα την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών μέσα από την ανάπτυξη αποτελεσματικών δικλίδων ασφαλείας. Οι καταναλωτές προχωρούν ήδη σε συχνή χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Η πρόκληση για τις ψηφιακές τράπεζες συνίσταται στο να πείσουν τους καταναλωτές ότι όχι μόνο είναι σε θέση να παρέχουν τις ίδιες ευκολίες και δυνατότητες με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες των παραδοσιακών τραπεζών, αλλά και το ίδιο επίπεδο ασφάλειας και αξιοπιστίας με το παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα. Προκειμένου οι ψηφιακές τράπεζες να είναι σε θέση να αυξήσουν την διείσδυση και τις προοπτικές ανάπτυξης τους, θα πρέπει να αναπτύξουν διάφορες εναλλακτικές στρατηγικές που ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις επιθυμίες, αλλά και τους φόβους διαφόρων κατηγοριών καταναλωτών.



Συμπεράσματα

Η παρούσα έρευνα εξέτασε τις προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στην ελληνική αγορά, μέσα από την ανάλυση των στάσεων και των απόψεων των Ελλήνων καταναλωτών απέναντι στις ψηφιακές τράπεζες και τους παράγοντες που καθορίζουν την πιθανότητα χρήσης τους. Μέσα από μία έρευνα ερωτηματολογίου μεταξύ 105 καταναλωτών εξετάστηκαν ο βαθμός εξοικείωσης και χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής, οι προοπτικές ανάπτυξης των ψηφιακών τραπεζών στη χώρα μας, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη χρήση των ψηφιακών τραπεζών από τους καταναλωτές και η επίδραση των προσωπικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών στις απόψεις αναφορικά με τις ψηφιακές τράπεζες.

Συμπερασματικά, ως προς το βασικό ερώτημα της έρευνας, τα ευρήματα καταδεικνύουν ότι η ελληνική αγορά είναι ώριμη για την περαιτέρω ανάπτυξη της ψηφιακής τραπεζικής, αλλά δεν είναι ακόμα απόλυτα έτοιμη για τη μετάβαση σε ένα πλήρως τραπεζικό υπόδειγμα, αντικαθιστώντας απόλυτα τις παραδοσιακές τράπεζες. Είναι ενδεικτικό ότι η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών δηλώνει ότι οι παραδοσιακές τράπεζες μπορούν ή πιθανώς μπορούν να συνυπάρξουν, ενώ δεν εμφανίζονται απόλυτα βέβαιοι για τη μετάβαση τους σε μία πλήρως ψηφιακή τράπεζα, αν και οι περισσότεροι δεν εμφανίζονται απόλυτα αρνητικοί απέναντι σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο. Οι καταναλωτές στην Ελλάδα διαθέτουν τις απαραίτητες ψηφιακές δεξιότητες και εμφανίζονται ολοένα και περισσότερο διατεθειμένοι να εξετάσουν και νέα τραπεζικά υποδείγματα, καθώς σχεδόν η συντριπτική πλειοψηφία γνωρίζει την ύπαρξη ψηφιακών τραπεζών και σχεδόν οι μισοί δηλώνουν ότι έχουν ήδη χρησιμοποιήσει κάποια ψηφιακή τράπεζα. Ως ιδιαίτερα σημαντικούς παράγοντες για τη λειτουργία των ψηφιακών τραπεζών θεωρούν την ασφάλεια και την προστασία των προσωπικών δεδομένων και το χαμηλό κόστος υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά, ο συμβολικός και πρακτικός ρόλος που διαδραματίζει η ύπαρξη φυσικών τραπεζικών υποκαταστημάτων παραμένει ένας κρίσιμος περιοριστικός παράγοντας για την ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζών στην ελληνική αγορά, τουλάχιστον την παρούσα χρονική στιγμή.

Ο βασικότερος περιορισμός της παρούσας έρευνας αφορά τη χρήση ενός σχετικά μικρού δείγματος, η συλλογή του οποίου έγινε με τη χρήση δειγματοληψίας ευκολίας, γεγονός που περιορίζει τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων για το σύνολο του υπό εξέταση



πληθυσμού. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν τις διαφορές μεταξύ των χωρών ως προς τις προθέσεις υιοθέτησης των ψηφιακών τραπεζών προκειμένου να εξεταστεί η επίδραση ρυθμιστικών, πολιτισμικών και οικονομικών παραγόντων. Παράλληλα, ποιοτικές έρευνες θα μπορούσαν να προσφέρουν πρόσθετες πληροφορίες, που δεν είναι σε θέση να προσφέρει μία ποσοτική έρευνα, αναφορικά με τους παράγοντες που καθορίζουν τη στάση και τις απόψεις των καταναλωτών έναντι των ψηφιακών τραπεζών.



Βιβλιογραφικές αναφορές

Νόμος υπ' αριθμό 5193/2025, Ενίσχυση της κεφαλαιαγοράς και άλλες διατάξεις.

Al Faisal, N., Nahar, J., Waliullah, M., & Borna, R. S. (2024). The Role of digital banking features in bank selection an analysis of customer preferences for online and mobile banking. *Frontiers in Applied Engineering and Technology*, 1(01), 41–58.

Basel Committee on Banking Supervision. (2018). *Implications of fintech developments for banks and bank supervisors sound practices* (February 2018). Bank for International Settlements.

Boot, A., Hoffmann, P., Laeven, L., & Ratnovski, L. (2021). Fintech: What's old, what's new? *Journal of Financial Stability*, 53, 100836. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2020.100836>

Brener, A. (2019). Payment Service Directive II and Its Implications. In T. Lynn, J. G. Mooney, P. Rosati, & M. Cummins (Eds.), *Disrupting Finance: FinTech and Strategy in the 21st Century* (pp. 103–119). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02330-0_7

Chalamandaris, D. E., Tsounia, A., & Garganas, E. (2023). *Evolution of the banking sector structure in Greece* (May 2023; Financial Stability Review). https://www.bankofgreece.gr/Publications/FINANCIAL_STABILITY_REVIEW_MAY_2023_E%CE%9D.pdf

Challoumis, C., & Eriotis, N. (2024). A historical analysis of the banking system and its impact on Greek economy. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 1598–1617. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2282>

Challoumis, C., & Eriotis, N. (2025). The evolution of banking in Greece: Sustainability insights and future predictions post-crisis. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(6), 3128–3142. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i6.10298>



- Citterio, A., Marques, B. P., & Tanda, A. (2025). The Early Days of Neobanks in Europe: Identification, Performance, and Riskiness. *Journal of Financial Services Research*, 68(2), 153–199. <https://doi.org/10.1007/s10693-024-00433-x>
- Clausmeier, D. (2023). Regulation of the European Parliament and the Council on digital operational resilience for the financial sector (DORA). *International Cybersecurity Law Review*, 4(1), 79–90. <https://doi.org/10.1365/s43439-022-00076-5>
- European Central Bank. (2020, January 30). *Risk report on less significant institutions*. European Central Bank - Banking Supervision. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/ecb/pub/html/ssm.lsiriskreport202001~48ecda4549.en.html>
- Garcia, T., Grodzicki, M., & Radulova, P. (2025). *Digital banking: How new bank business models are disrupting traditional banks* (May, 2025; Financial Stability Review). https://www.ecb.europa.eu/press/financial-stability-publications/fsr/focus/2025/html/ecb.fsrbox202505_04~17b39a3c1a.en.html
- Hellenic Bank Association. (2024). *Greek Banking System Overview*. https://www.hba.gr/epikairota/UplDocs/Greek%20Banking%20System%20Overview_final_2722024.pdf
- Hellenic Bank Association. (2025). *Greek Banking System Overview*.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International Journal of Information Management*, 34(1), 1–13.
- Murinde, V., Rizopoulos, E., & Zachariadis, M. (2022). The impact of the FinTech revolution on the future of banking: Opportunities and risks. *International Review of Financial Analysis*, 81, 102103. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102103>



- Nel, J., & Boshoff, C. (2021). Traditional-bank customers' digital-only bank resistance: Evidence from South Africa. *International Journal of Bank Marketing*, 39(3), 429–454. <https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2020-0380>
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile banking adoption: A literature review. *Telematics and Informatics*, 32(1), 129–142.
- Singh, D., Malik, G., & Kaur, A. (2025). Revolutionizing Digital Banking: Understanding Determinants and Barriers of Neo-Banking Adoption Through the Lens of Behavioral Reasoning Theory. *Journal of Public Affairs*, 25(3), e70055. <https://doi.org/10.1002/pa.70055>
- Snappi Τράπεζα Α.Ε. (2024). *Ετήσια Οικονομική Έκθεση 2024*.
- Temelkov, Z. (2022). Factors affecting neobanks sustainability and development. *Journal of Economics*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.46763/JOE227.1001t>
- Zhou, T. (2012). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1518–1525. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.03.021>
- Ελληνική Ένωση Τραπεζών. (2021). *Προκλήσεις και προοπτικές του ελληνικού τραπεζικού συστήματος την περίοδο 2021–2040*. Ελληνική Ένωση Τραπεζών. https://greece2021.gr/Forum_GreeceIn2040/pdfs/EET_Προκλήσεις_και_προοπτικές_του_Ελληνικού_Τραπεζικού_Συστήματος_την_περίοδο_2021-2040_final.pdf