



**Σχολή: Κοινωνικών Επιστημών**

**Πρόγραμμα Σπουδών: Τραπεζική Χρηματοοικονομική και  
Χρηματοοικονομική Τεχνολογία**

Διπλωματική Εργασία

Η εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα: μια  
πελατοκεντρική ανάλυση

Καλλιόπη Ζαπτιέ

Επιβλέπων καθηγητής: Γεώργιος Κόλιας

Πάτρα, Μάιος 2024

Η παρούσα εργασία αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της φοιτήτριας Καλλιόπης Ζαπτιέ που την εκπόνησε. Στο πλαίσιο της πολιτικής ανοικτής πρόσβασης 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 συγγραφέα/δημιουργού ούτε επιτρέπει την αναπαραγωγή, αναδημοσίευση, αντιγραφή, αποθήκευση, πώληση, εμπορική χρήση, μετάδοση, διανομή, έκδοση, εκτέλεση, «μεταφόρτωση» (downloading), «ανάρτηση» (uploading), μετάφραση, τροποποίηση με οποιονδήποτε τρόπο, τμηματικά ή περιληπτικά της εργασίας, χωρίς τη ρητή προηγούμενη έγγραφη συναίνεση του συγγραφέα/δημιουργού. Η συγγραφέας/δημιουργός διατηρεί το σύνολο των ηθικών και περιουσιακών του δικαιωμάτων.



## Η εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα: μια πελατοκεντρική ανάλυση

Καλλιόπη Ζαπτιέ

Επιτροπή Επίβλεψης Διπλωματικής Εργασίας

Επιβλέπων Καθηγητής:

Γεώργιος Κόλιας

Συν-Επιβλέπων Καθηγητής:

Αθανάσιος Επίσκοπος

Πάτρα, Μάιος 2024

## Περίληψη

Η παρούσα έρευνα διερευνά την εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα μέσα από ένα πελατοκεντρικό πρίσμα, διερευνώντας διάφορους παράγοντες που επηρεάζουν την αποδοχή και τη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών από τους Έλληνες τραπεζικούς πελάτες. Τα ευρήματα δείχνουν ότι δημογραφικοί παράγοντες όπως η ηλικία, το εισόδημα και η εκπαίδευση επηρεάζουν σημαντικά την υιοθέτηση και τη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Οι πελάτες με υψηλότερο επίπεδο εισοδήματος, νεότερες ηλικιακές ομάδες και υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο παρουσιάζουν μεγαλύτερη τάση για χρήση ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών. Επιπλέον, διαπιστώνεται ότι οι τραπεζικές συμπεριφορές έχουν εξελιχθεί, με αξιοσημείωτη μετατόπιση από την παραδοσιακή τραπεζική του υποκαταστήματος στα ψηφιακά κανάλια. Η μελέτη υπογραμμίζει τον κρίσιμο ρόλο της ικανοποίησης των πελατών ως κρίσιμου παράγοντα αποδοχής της ψηφιακής τεχνολογίας. Οι ανησυχίες για την ασφάλεια και οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι αναδεικνύονται ως σημαντικά εμπόδια στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για ενισχυμένα μέτρα ασφαλείας και προσπάθειες οικοδόμησης εμπιστοσύνης από τις τράπεζες. Η έρευνα ενσωματώνει αυτά τα ευρήματα με τις υπάρχουσες θεωρίες και τη βιβλιογραφία, συμπεριλαμβανομένης της θεωρίας της διάχυσης των καινοτομιών και του μοντέλου αποδοχής της τεχνολογίας (Technology Acceptance Model - TAM) σχετικά με τους παράγοντες που οδηγούν στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα. Στη εργασία υπογραμμίζεται η σημασία της αντιμετώπισης του ψηφιακού χάσματος με την ενίσχυση του ψηφιακού αλφαριθμητισμού στις δημογραφικές ομάδες που έχουν τις μεγαλύτερες επιφυλάξεις και τονίζεται η ανάγκη της υιοθέτησης από τις τράπεζες μιας πελατοκεντρικής προσέγγισης στην ανάπτυξη των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Εστιάζοντας σε εξατομικευμένες ψηφιακές εμπειρίες, βελτιώνοντας τα πρωτόκολλα ασφαλείας και προωθώντας την εκπαίδευση των χρηστών, οι τράπεζες μπορούν να ενθαρρύνουν την ευρύτερη υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής, συμβάλλοντας τελικά σε ένα πιο περιεκτικό και αποτελεσματικό τραπεζικό οικοσύστημα στην Ελλάδα.

Λέξεις-κλειδιά: Ψηφιακή Τραπεζική, Τραπεζικές συμπεριφορές, Ψηφιακός αλφαριθμητισμός, Μοντέλο αποδοχής τεχνολογίας.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη .....	4
Ευρετήριο Πινάκων.....	7
Ευρετήριο Γραφημάτων .....	9
Συντομογραφίες & Ακρωνύμια.....	10
Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή.....	11
1.1 Αντικείμενο της εργασίας και προβληματική της έρευνας.....	11
1.2 Σκοπός και στόχοι της εργασίας.....	13
1.3 Σημαντικότητα και σημασία της έρευνας.....	15
1.4 Δομή της εργασίας.....	17
Κεφάλαιο 2. Έννοια, λειτουργίες και διαστάσεις της ψηφιακής τραπεζικής.....	20
2.1. Ορισμός της ψηφιακής τραπεζικής.....	20
2.2 Λειτουργίες/υπηρεσίες της ψηφιακής τραπεζικής.....	22
2.3 Τάσεις στη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής.....	24
Κεφάλαιο 3. Παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης και υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής .....	26
3.1 Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα .....	26
3.2 Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης.....	28
3.3 Αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα .....	30
3.4 Αντιλαμβανόμενος κίνδυνος.....	32
3.5 Εμπόδια/Δυσκολίες.....	34
Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία .....	37
4.1 Μέθοδος έρευνας.....	37
4.2 Σχεδιασμός έρευνας.....	39

4.3 Ερευνητικά ερωτήματα.....	40
4.4 Μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων/στατιστικής ανάλυσης .....	41
Κεφάλαιο 5. Ευρήματα.....	42
5.1 Δημογραφικά στοιχεία.....	42
5.2 Πρώτο ερευνητικό ερώτημα.....	45
5.3 Δεύτερο ερευνητικό ερώτημα .....	46
5.4 Τρίτο ερευνητικό ερώτημα .....	49
5.5 Τέταρτο ερευνητικό ερώτημα .....	52
5.6 Πέμπτο ερευνητικό ερώτημα .....	58
5.7 Έκτο ερευνητικό ερώτημα .....	61
5.8 Έβδομο ερευνητικό ερώτημα.....	65
Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα .....	67
Βιβλιογραφία .....	71

## Ευρετήριο Πινάκων

Πίνακας 1. Στοιχεία περιγραφικής στατιστικής δημογραφικών δεδομένων .....	45
Πίνακας 2. Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ .....	45
Πίνακας 3. ANOVA Συχνότητα χρήσης ΨΤΥ .....	46
Πίνακας 4. Τεστ $\chi^2$ Συχνότητα ΠΤ έναντι ΨΤ .....	47
Πίνακας 5. Επίσκεψη τραπεζικό κατάστημα .....	47
Πίνακας 6. ANOVA επίσκεψη σε τραπεζικό κατάστημα .....	48
Πίνακας 7. Χρήση ATM.....	48
Πίνακας 8. ANOVA χρήση ATM.....	49
Πίνακας 9. Προθυμία χρήσης ψηφιακών ΤΥ .....	50
Πίνακας 10. ANOVA Προθυμία χρήσης ψηφιακών ΤΥ .....	50
Πίνακας 11. Ευχρηστία ψηφιακής τραπεζικής .....	51
Πίνακας 12. ANOVA Ευχρηστία ψηφιακής τραπεζικής .....	51
Πίνακας 13. Προθυμία πλήρους μετάβασης.....	52
Πίνακας 14. ANOVA Προθυμία πλήρους μετάβασης.....	52
Πίνακας 15. Μεταφορά χρημάτων.....	53
Πίνακας 16. Ενημέρωση λογαριασμού .....	53
Πίνακας 17. Πληρωμή λογαριασμών .....	54
Πίνακας 18. Αιτήσεις δανείων καρτών .....	54
Πίνακας 19. Απλοποίηση τραπεζικών εργασιών .....	55
Πίνακας 20. ANOVA απλοποίηση τραπεζικών εργασιών .....	55
Πίνακας 21. Βελτίωση οικονομικής διαχείρισης .....	56
Πίνακας 22. ANOVA βελτίωση οικονομικής διαχείρισης.....	56
Πίνακας 23. ΨΤ χρησιμότερη από ΠΤ .....	57
Πίνακας 24. ANOVA ΨΤ χρησιμότερη από ΠΤ .....	57
Πίνακας 25. Τεστ $\chi^2$ : Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και πρόθεση χρήσης ΨΤ .....	58
Πίνακας 26. Εύκολη πλοήγηση .....	58
Πίνακας 27. Άνετη χρήση.....	58
Πίνακας 28. Ευκολότερη από ΠΤ .....	59
Πίνακας 29. ANOVA, Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και πρόθεση χρήσης ΨΤ .....	59
Πίνακας 30. Τεστ $\chi^2$ : Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και πρόθεση χρήσης ΨΤ .....	60

Πίνακας 31. Τεστ $\chi^2$ Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και τρέχουσα συχνότητα χρήσης ΨΤ .....	60
Πίνακας 32. Αυτοπεποίθηση χρήσης ΨΤ .....	60
Πίνακας 33. ANOVA Αυτοπεποίθηση χρήσης ΨΤ και πρόθεση χρήσης.....	61
Πίνακας 34. Τεστ $\chi^2$ Αυτοπεποίθηση χρήσης και προτιθέμενη / ισχύουσα συχνότητα χρήσης ΨΤ .....	61
Πίνακας 35. Ιστορικό δυσκολιών στη χρήση .....	62
Πίνακας 36. Ικανότητα αντιμετώπισης δυσκολιών .....	62
Πίνακας 37. Αξιολόγηση ικανότητας χρήσης .....	62
Πίνακας 38. Ανησυχία ασφάλειας .....	63
Πίνακας 39. Ιστορικό παραβίασης.....	63
Πίνακας 40. Εμπιστοσύνη ψηφιακής ασφάλειας.....	63
Πίνακας 41. Αναφορές δυσκολιών ψηφιακής τραπεζικής .....	64
Πίνακας 42. Τεστ $\chi^2$ , Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ και Ανησυχία ασφάλειας ...	64
Πίνακας 43. Τεστ $\chi^2$ , Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ και Εμπιστοσύνη ψηφιακής ασφάλειας .....	65
Πίνακας 44. Τεστ $\chi^2$ Βαθμός ενημέρωσης ΨΤΥ και συχνότητα χρήσης ΨΤΥ.....	65
Πίνακας 45. Βαθμός ενημέρωσης ΨΤΥ .....	65
Πίνακας 46. Περιγραφική στατιστική βαθμού ενημέρωσης ΨΤΥ .....	66
Πίνακας 47. Πηγές ενημέρωσης ΨΤΥ .....	66
Πίνακας 48. Ικανοποίηση από πληροφόρηση .....	67
Πίνακας 49. Τεστ $\chi^2$ Ικανοποίηση από πληροφόρηση και χρήση ΨΤΥ .....	67



## Ευρετήριο Γραφημάτων

Γράφημα 1. Φύλο .....	42
Γράφημα 2. Ηλικία .....	43
Γράφημα 3. Επίπεδο σπουδών .....	43
Γράφημα 4. Απασχόληση .....	44
Γράφημα 5. Εισόδημα .....	44

## Συντομογραφίες & Ακρωνύμια

ATM: Αυτοματοποιημένο Ταμειακό Μηχάνημα

Fintech: Financial Technology

ΜΚΔ: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

ΠΤ: Παραδοσιακή Τραπεζική

ΨΤΥ: Ψηφιακές Τραπεζικές Υπηρεσίες

TAM: Technology Acceptance Model (Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας)

## Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή

### 1.1 Αντικείμενο της εργασίας και προβληματική της έρευνας

Το παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό τοπίο έχει υποστεί θεμελιώδη μετασχηματισμό με την εξάπλωση της ψηφιακής τραπεζικής, η οποία μεταβάλλει ριζικά τον τρόπο πρόσβασης και χρήσης των τραπεζικών υπηρεσιών. Η ψηφιακή αυτή επανάσταση, η οποία χαρακτηρίζεται από την ενσωμάτωση της τεχνολογίας στον τραπεζικό τομέα, συνέβαλε όχι μόνο στην αύξηση της αποτελεσματικότητας και της ευκολίας, αλλά και στην εισαγωγή νέας δυναμικής στις σχέσεις μεταξύ πελατών και τραπεζών. Η Ελλάδα, με τον ιδιαίτερο οικονομικό και κοινωνικό της ιστό, ιδίως μετά την πρόσφατη χρηματοπιστωτική κρίση, αποτελεί μοναδική μελέτη περίπτωσης αυτού του παγκόσμιου φαινομένου. Η εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα έλαβε χώρα σε ένα σκληρό οικονομικής ανάκαμψης και αναδιάρθρωσης, καθιστώντας την ως ένα κρίσιμο πεδίο μελέτης για την κατανόηση των ευρύτερων επιπτώσεων αυτής της ψηφιακής στροφής σε μια οικονομία που ανακάμπτει.

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στην ανάλυση δύο κρίσιμων πτυχών της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα. Η πρώτη είναι η εξέταση της επαναδιαμόρφωσης της σχέσης πελάτη-τράπεζας. Η ψηφιακή τραπεζική έχει εισαγάγει νέες πλατφόρμες και κανάλια αλληλεπίδρασης, αλλάζοντας ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες έρχονται σε επαφή με τα χρηματοπιστωτικά τους ιδρύματα. Αυτή η στροφή από την παραδοσιακή, προσωπική τραπεζική σε ψηφιακές διεπαφές έχει επιπτώσεις στην εξυπηρέτηση των πελατών, στις τραπεζικές συνήθειες και στη συνολική ικανοποίηση και αφοσίωση των πελατών. Υπό αυτό το πρίσμα, η μετάβαση στην ψηφιακή τραπεζική στην Ελλάδα αντιπροσωπεύει κάτι περισσότερο από μια απλή αλλαγή στην τεχνολογία: σηματοδοτεί μια θεμελιώδη αλλαγή στη δυναμική της ισχυροποίησης των πελατών. Τα ψηφιακά κανάλια έχουν φέρει επανάσταση στις αλληλεπιδράσεις των πελατών με τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, παρέχοντας πρωτόγνωρο έλεγχο των χρηματοπιστωτικών τους δραστηριοτήτων. Η δυνατότητα διαχείρισης λογαριασμών, εκτέλεσης συναλλαγών και πρόσβασης σε χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες από οπουδήποτε και ανά πάσα στιγμή έχει εξαλείψει την παραδοσιακή εξάρτηση από τα φυσικά τραπεζικά καταστήματα. Αυτή η ευκολία και η αυτονομία δεν αφορούν μόνο την ευκολία των συναλλαγών· αντιπροσωπεύουν μια σημαντική αλλαγή στην κατανομή της ισχύος μεταξύ των πελατών και των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, υπό την έννοια ότι, μέχρι πρότινος, η τράπεζα και οι υπάλληλοι ήταν αυτοί που είχαν την

ισχύ, κατέχοντας την αποκλειστικότητα της κατοχής πληροφοριών, της εποπτείας των χρηματοπιστωτικών εργασιών και της εκτέλεσης των εντολών των πελατών. Ωστόσο, με την ψηφιακή τραπεζική, πλέον στο επίκεντρο βρίσκεται ο πελάτης, αφού αυτός είναι που αποκτά ισχύ έναντι του τραπεζικού ιδρύματος.

Επιπλέον, η ψηφιακή τραπεζική έχει ανοίξει δρόμους για πιο εξατομικευμένες και προσαρμοσμένες τραπεζικές υπηρεσίες. Αξιοποιώντας την προηγμένη ανάλυση δεδομένων, οι ελληνικές τράπεζες είναι πλέον σε θέση να εμβαθύνουν στις ατομικές προτιμήσεις και τις οικονομικές συμπεριφορές των πελατών, επιτρέποντάς τους να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους στις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών. Αυτή η δυνατότητα εκτείνεται πέρα από την απλή προσαρμογή των προϊόντων- επιτρέπει μια πιο διαφοροποιημένη κατανόηση των προσδοκιών των πελατών, οδηγώντας σε πιο στοχευμένες προσφορές και συστάσεις. Μια τέτοια πελατοκεντρική προσέγγιση βελτιώνει τη συνολική τραπεζική εμπειρία, καλλιεργώντας βαθύτερες σχέσεις και προωθώντας τη μακροπρόθεσμη αφοσίωση των πελατών.

Η δεύτερη πτυχή της εργασίας είναι η διερεύνηση των προκλήσεων και των αποκλίσεων στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής σε διαφορετικές δημογραφικές ομάδες στην Ελλάδα. Παρά τις θετικές εξελίξεις που προαναφέρθηκαν, η υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα δεν είναι καθολική. Τα ποσοστά υιοθέτησης και χρήσης ποικίλλουν σημαντικά σε διάφορα τμήματα του πληθυσμού, επηρεαζόμενα από μια σύνθετη αλληλεπίδραση παραγόντων.

Παράγοντες όπως η ηλικία, ο τεχνολογικός αλφαριθμητισμός, η γεωγραφική θέση και η κοινωνικοοικονομική κατάσταση συμβάλλουν σε ένα ετερόκλητο περιβάλλον όσον αφορά την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής. Για παράδειγμα, οι μεγαλύτερες γενιές παρουσιάζουν αξιοσημείωτη διστακτικότητα απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική, η οποία συχνά πηγάζει από την έλλειψη εξοικείωσης με τις ψηφιακές τεχνολογίες ή την προτίμηση για την παραδοσιακή, διαπροσωπική τραπεζική εμπειρία. Αυτές οι διαφοροποιήσεις εγείρουν κρίσιμα ερωτήματα σχετικά με την προσβασιμότητα, την ισότητα και την αποτελεσματικότητα των ψηφιακών στρατηγικών που αναπτύσσουν οι ελληνικές τράπεζες.

Οι ανησυχίες για την ασφάλεια διαδραματίζουν επίσης κρίσιμο ρόλο στη διαμόρφωση της στάσης απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική. Παρά τα ισχυρά μέτρα ασφαλείας που εφαρμόζουν οι τράπεζες, εξακολουθεί να υφίσταται ένας παρατεταμένος σκεπτικισμός

σχετικά με την ασφάλεια των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ο σκεπτικισμός αυτός τροφοδοτείται από ανησυχίες σχετικά με την προστασία της ιδιωτικής ζωής των δεδομένων, τον κίνδυνο απάτης στον κυβερνοχώρο και μια γενική έλλειψη εμπιστοσύνης στην άυλη φύση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Δεδομένων αυτών των πεδίων προβληματισμού, κρίνεται ως απαραίτητη η διεξαγωγή μιας εμπεριστατωμένης, πελατοκεντρικής ανάλυσης της υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα. Η ανάλυση αυτή θα εμβαθύνει στα υφιστάμενα εμπόδια για την υιοθέτηση, επιδιώκοντας να κατανοήσει τους λόγους πίσω από την απροθυμία ή την αδυναμία ορισμένων τμημάτων πελατών να υιοθετήσουν την ψηφιακή τραπεζική.

Η εργασία θα διερευνήσει διάφορες βασικές πτυχές που επηρεάζουν τη συμπεριφορά και τη στάση των πελατών απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική. Αυτές περιλαμβάνουν την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα -δηλαδή πώς οι πελάτες βλέπουν τα οφέλη της ψηφιακής τραπεζικής στην καθημερινή τους ζωή-, την αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης -δηλαδή το βαθμό στον οποίο οι πελάτες βρίσκουν τις ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες φιλικές προς το χρήστη και προσιτές-, και την αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα – δηλαδή την εμπιστοσύνη που έχουν οι πελάτες στην ικανότητά τους να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Επιπλέον, η εργασία θα διερευνήσει τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο, που αφορά στις ανησυχίες και τους φόβους που έχουν οι πελάτες σχετικά με την ασφάλεια και την αξιοπιστία της ψηφιακής τραπεζικής, και τα αντιλαμβανόμενα εμπόδια, που αφορούν στους εξωτερικούς παράγοντες που εμποδίζουν την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

## 1.2 Σκοπός και στόχοι της εργασίας

Ο πρωταρχικός σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να παράσχει μια εις βάθος ανάλυση της εφαρμογής της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα, εστιάζοντας στην κατανόηση του τρόπου με τον οποίο έχει αναδιαμορφώσει τη σχέση πελάτη-τράπεζας και στον εντοπισμό των προκλήσεων και των ανισοτήτων στην υιοθέτησή της. Η μελέτη επιδιώκει να αναδείξει τους παράγοντες που επηρεάζουν την αποδοχή και τη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών από τους πελάτες, με ιδιαίτερη έμφαση στον διαφορετικό βαθμό υιοθέτησης και αποδοχής μεταξύ διαφορετικών δημογραφικών ομάδων. Για την επίτευξη του κεντρικού αυτού σκοπού, η έρευνα θέτει τους ακόλουθους ειδικούς στόχους:

- i. Ανάλυση της εξέλιξης των σχέσεων πελάτη-τράπεζας στην ψηφιακή τραπεζική:
  - Να διερευνηθεί πώς η ψηφιακή τραπεζική έχει μεταμορφώσει την παραδοσιακή δυναμική μεταξύ τραπεζών και πελατών.
  - Να εξεταστεί ο αντίκτυπος της ψηφιακής τραπεζικής στα μοντέλα και τις προσδοκίες εξυπηρέτησης των πελατών.
- ii. Αξιολόγηση του επιπέδου αποδοχής της ψηφιακής τραπεζικής μεταξύ διαφορετικών δημογραφικών ομάδων:
  - Να αξιολογηθεί το ποσοστό αποδοχής των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών σε διάφορες ηλικιακές ομάδες, επίπεδα εισοδήματος και γεωγραφικές τοποθεσίες στην Ελλάδα.
  - Να γίνουν αντιληπτοί οι παράγοντες που συμβάλλουν στις διαφορές στα ποσοστά υιοθέτησης μεταξύ αυτών των ομάδων.
- iii. Εντοπισμός και αξιολόγηση των εμποδίων στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής:
  - Να αναλυθούν οι βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν τα διάφορα τμήματα του πληθυσμού στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής, συμπεριλαμβανομένων του τεχνολογικού αλφαριθμητισμού, των ανησυχιών για την ασφάλεια και της αντίστασης στην αλλαγή.
  - Να εξετασθεί η αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων μέτρων που λαμβάνουν οι τράπεζες για την αντιμετώπιση αυτών των εμποδίων.
- iv. Διερεύνηση του ρόλου του τεχνολογικού αλφαριθμητισμού στην αξιοποίηση της ψηφιακής τραπεζικής:
  - Να αξιολογηθεί ο αντίκτυπος του τεχνολογικού αλφαριθμητισμού στην ευκολία χρήσης και την αποτελεσματικότητα των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.
  - Να διερευνηθούν πρωτοβουλίες και στρατηγικές που θα μπορούσαν να βελτιώσουν τον ψηφιακό αλφαριθμητισμό και, ως εκ τούτου, να αυξήσουν την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής.
- v. Διερεύνηση των αντιλήψεων των πελατών για την ασφάλεια και την εμπιστοσύνη στην ψηφιακή τραπεζική:
  - Να αναλυθούν οι στάσεις των πελατών απέναντι στις πτυχές της ασφάλειας και του απορρήτου της ψηφιακής τραπεζικής.

- Να αξιολογηθούν τα επίπεδα εμπιστοσύνης στις ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες και ο αντίκτυπος των μέτρων κυβερνοασφάλειας σε αυτά τα επίπεδα εμπιστοσύνης.
- vi. Αξιολόγηση του αντίκτυπου της ψηφιακής τραπεζικής στην ενδυνάμωση των πελατών και στη χρηματοοικονομική συμπεριφορά:
- Να αξιολογηθεί ο τρόπος με τον οποίο η ψηφιακή τραπεζική έχει επηρεάσει τον έλεγχο των πελατών επί των χρηματοοικονομικών τους δραστηριοτήτων και των διαδικασιών λήψης αποφάσεων.
  - Να εξετασθεί ο βαθμός στον οποίο η ψηφιακή τραπεζική έχει συμβάλει στην οικονομική και κοινωνική ενδυνάμωση στην Ελλάδα.
- vii. Διατύπωση προτάσεων για την ενίσχυση της υιοθέτησης και της εμπειρίας της ψηφιακής τραπεζικής:
- Με βάση τα ευρήματα, να προταθούν στρατηγικές για τις τράπεζες και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την ενίσχυση της υιοθέτησης και της χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.
  - Να διατυπωθούν ιδέες για τη βελτίωση της συνολικής ψηφιακής τραπεζικής εμπειρίας για τους πελάτες, λαμβάνοντας υπόψη το ιδιαίτερο κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο της Ελλάδας.

Μέσω αυτών των στόχων, η εργασία αποσκοπεί στο να παράσχει μια ολοκληρωμένη εικόνα της κατάστασης της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα, αναδεικνύοντας τις επιτυχίες, τις προκλήσεις και τους πιθανούς τομείς βελτίωσης.

### 1.3 Σημαντικότητα και σημασία της έρευνας

Η διεξαγωγή μιας μελέτης σχετικά με τις πελατοκεντρικές πτυχές της εφαρμογής της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα έχει μεγάλη σημασία και προσφέρει πολύτιμες πληροφορίες τόσο για τους ερευνητές όσο και για τους επαγγελματίες του κλάδου. Η κατανόηση των παραγόντων που επηρεάζουν την πρόθεση των πελατών να χρησιμοποιήσουν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες είναι ζωτικής σημασίας για την επιτυχή εφαρμογή και υιοθέτηση τέτοιων υπηρεσιών.

Τα ευρήματα της μελέτης μπορούν να βοηθήσουν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής στην Ελλάδα να διαμορφώσουν τις στρατηγικές και τις πρωτοβουλίες τους για την προώθηση της υιοθέτησης ψηφιακών τραπεζικών

υπηρεσιών. Με την εξέταση της επιρροής παραγόντων όπως η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, η ευκολία χρήσης, η αυτοαποτελεσματικότητα και ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος, η μελέτη παρέχει αξιοποιήσιμες πληροφορίες για το πώς οι τράπεζες μπορούν να βελτιώσουν τις ψηφιακές τραπεζικές προσφορές τους ώστε να ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών. Αυτές οι γνώσεις μπορούν να χρησιμεύσουν για το σχεδιασμό και την ανάπτυξη εφαρμογών ψηφιακής τραπεζικής που να είναι φιλικές προς τον χρήστη και που να τον ενθαρρύνουν να αυξήσει την χρήση τους έναντι της παραδοσιακής τραπεζικής.

Επίσης, τα αποτελέσματα της μελέτης μπορούν να βοηθήσουν στον εντοπισμό πιθανών εμποδίων ή δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι πελάτες κατά την υιοθέτηση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Η κατανόηση αυτών των εμποδίων, είτε σχετίζονται με τον τεχνολογικό αλφαριθμητισμό, την εμπιστοσύνη στην ψηφιακή ασφάλεια ή άλλους παράγοντες, μπορεί να βοηθήσει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα να αναπτύξουν στοχευμένες παρεμβάσεις και μηχανισμούς υποστήριξης. Για παράδειγμα, οι τράπεζες μπορούν να επενδύσουν σε προγράμματα ψηφιακού αλφαριθμητισμού για να εκπαιδεύσουν τους πελάτες σχετικά με τα οφέλη και τις λειτουργίες της ψηφιακής τραπεζικής, να αντιμετωπίσουν τις ανησυχίες για την ασφάλεια και να προσφέρουν φιλικά προς τον χρήστη κανάλια υποστήριξης, εκπαίδευσης και ενημέρωσης για τους πελάτες που χρειάζονται βοήθεια στη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Επιπλέον, τα ευρήματα της μελέτης μπορούν να συμβάλουν στην ακαδημαϊκή βιβλιογραφία σχετικά με την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής και τη συμπεριφορά των πελατών. Οι προτεινόμενες υποθέσεις παρέχουν ένα θεωρητικό πλαίσιο για τον έλεγχο των σχέσεων μεταξύ των διαφόρων παραγόντων και της πρόθεσης χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής. Τα αποτελέσματα μπορούν να προσθέσουν στο υπάρχον σώμα γνώσεων επικυρώνοντας ή αμφισβητώντας προηγούμενες έρευνες και θεωρίες στο πλαίσιο της Ελλάδας. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε βαθύτερη κατανόηση της συμπεριφοράς των πελατών και των διαδικασιών λήψης αποφάσεων όσον αφορά την υιοθέτηση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, συμβάλλοντας τελικά στην ανάπτυξη ακριβέστερων και πιο ολοκληρωμένων μοντέλων στον τομέα.



## 1.4 Δομή της εργασίας

Η δομή της εργασίας είναι η ακόλουθη:

### Κεφάλαιο 1. Εισαγωγή

1.1 Πεδίο εφαρμογής της μελέτης και ερευνητικά προβλήματα: Η ενότητα περιγράφει το επίκεντρο της μελέτης, εντρυφώντας στην εφαρμογή και τις προκλήσεις της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα, και θέτει τις βάσεις για την κατανόηση των διαφορετικών βαθμών υιοθέτησης και συμπεριφοράς των πελατών.

1.2 Σκοποί και στόχοι της μελέτης: Στο υποκεφάλαιο διατυπώνεται ο κύριος σκοπός και οι ειδικοί στόχοι της μελέτης, συμπεριλαμβανομένων της ανάλυσης των σχέσεων μεταξύ πελατών και τραπεζών, της αξιολόγησης της αποδοχής της ψηφιακής τραπεζικής και του εντοπισμού των εμποδίων υιοθέτησης.

1.3 Δομή της διατριβής: Παρέχει μια επισκόπηση της δομής της διατριβής, καθοδηγώντας τον αναγνώστη στα επόμενα κεφάλαια και το περιεχόμενό τους.

### Κεφάλαιο 2. Έννοια, λειτουργίες και διαστάσεις της ψηφιακής τραπεζικής

2.1. Ορισμός της ψηφιακής τραπεζικής: Παρέχεται ένας ολοκληρωμένος ορισμός της ψηφιακής τραπεζικής, θέτοντας τη θεμελιώδη κατανόηση για τη μελέτη.

2.2 Λειτουργίες/υπηρεσίες της ψηφιακής τραπεζικής: Εξετάζονται οι διάφορες λειτουργίες και υπηρεσίες που προσφέρονται στο πλαίσιο της ψηφιακής τραπεζικής, καταδεικνύοντας τον τρόπο λειτουργίας και αξιοποίησης αυτών των υπηρεσιών.

2.3 Τάσεις στη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής: Αναλύονται οι τρέχουσες παγκόσμιες και περιφερειακές τάσεις στην ψηφιακή τραπεζική, με έμφαση στα αναδυόμενα πρότυπα και τις καινοτομίες.

2.4 Ψηφιακή τραπεζική στην Ελλάδα: Μελετάται το συγκεκριμένο τοπίο της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξής της, της τρέχουσας κατάστασης και των μοναδικών χαρακτηριστικών της.

### Κεφάλαιο 3. Παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης και υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής

3.1 Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα: Εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα της ψηφιακής τραπεζικής επηρεάζει τις αποφάσεις υιοθέτησης από τους πελάτες.

3.2 Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης: Μελετάται ο τρόπος με τον οποίο η ευκολία χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών επηρεάζει τις στάσεις και την υιοθέτηση των πελατών.

3.3 Αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα: Συζητείται το πώς η αυτοπεποίθηση των πελατών ως προς την ικανότητά τους να χρησιμοποιούν την ψηφιακή τραπεζική επηρεάζει την υιοθέτηση και τη χρήση της.

3.4 Αντιλαμβανόμενος κίνδυνος: Αναλύονται οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι που σχετίζονται με την ψηφιακή τραπεζική, συμπεριλαμβανομένων των ανησυχιών για την ασφάλεια και την προστασία της ιδιωτικής ζωής.

3.5 Εμπόδια/Δυσκολίες: Προσδιορίζονται και διερευνώνται διάφορα εμπόδια και δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι πελάτες κατά την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής.

#### Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία

4.1 Μέθοδος έρευνας: Ποσοτική έρευνα: Περιγράφεται η ποσοτική ερευνητική προσέγγιση που υιοθετήθηκε για τη μελέτη.

4.2 Σχεδιασμός έρευνας: Παρουσιάζεται ο σχεδιασμός της έρευνας που χρησιμοποιείται στην έρευνα.

4.3 Ερευνητικά ερωτήματα: Διατυπώνονται τα συγκεκριμένα ερωτήματα της έρευνας

4.4 Το ερευνητικό εργαλείο: Παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή δεδομένων.

4.5 Μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων/στατιστικής ανάλυσης: Αναφέρονται οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν για την επεξεργασία και την ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν.

4.6 Το δείγμα της έρευνας: Παρουσιάζεται το δείγμα του πληθυσμού που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα, συμπεριλαμβανομένων των κριτηρίων επιλογής και των δημογραφικών στοιχείων.

#### Κεφάλαιο 5. Αποτελέσματα

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα και τα ευρήματα της έρευνας, παρέχοντας λεπτομερή ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν μέσω της μεθοδολογίας της μελέτης.

## Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα και συζήτηση

6.1. Συμπεράσματα της έρευνας: Συνοψίζονται τα βασικά ευρήματα και οι γνώσεις που αποκτήθηκαν από την έρευνα, συνδεδεμένα με τους σκοπούς και τους στόχους της μελέτης.

6.2 Περιορισμοί της έρευνας: Συζητούνται οι περιορισμοί που προέκυψαν κατά την ερευνητική διαδικασία, αναγνωρίζοντας τους τομείς στους οποίους η μελέτη μπορεί να μην έχει δυνατότητα γενίκευσης.

6.3 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα: Διατυπώνονται προτάσεις για μελλοντική έρευνα στον τομέα της ψηφιακής τραπεζικής, με βάση τις γνώσεις και τα κενά που εντοπίστηκαν στην παρούσα μελέτη.

## Κεφάλαιο 2. Έννοια, λειτουργίες και διαστάσεις της ψηφιακής τραπεζικής

### 2.1. Ορισμός της ψηφιακής τραπεζικής

Η ψηφιακή τραπεζική αντιπροσωπεύει μια καίρια μετατόπιση στον τρόπο παροχής και κατανάλωσης χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, καθώς μετακινείται από τα παραδοσιακά καταστήματα (κτίσματα, υπάλληλοι, γραφεία, κτλ.) σε πλατφόρμες που βασίζονται στο διαδίκτυο. Ο μετασχηματισμός αυτός δεν αφορά απλώς την υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών, αλλά και μια θεμελιώδη αλλαγή στο τραπεζικό επιχειρηματικό μοντέλο, την αλληλεπίδραση με τους πελάτες και τη δημιουργία αξίας. Για τον ολοκληρωμένο ορισμό της ψηφιακής τραπεζικής, είναι απαραίτητο να εξεταστούν διάφορες διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένων των τεχνολογικών, πελατοκεντρικών και ρυθμιστικών προοπτικών.

Στον πυρήνα της, η ψηφιακή τραπεζική περιλαμβάνει την ψηφιοποίηση όλων των παραδοσιακών τραπεζικών δραστηριοτήτων και υπηρεσιών προγραμμάτων που ιστορικά ήταν διαθέσιμες στους πελάτες μόνο όταν ήταν φυσικά παρόντες σε ένα τραπεζικό κατάστημα. Αυτό περιλαμβάνει εργασίες όπως καταθέσεις, αναλήψεις, μεταφορές, διαχείριση λογαριασμών και αιτήσεις δανείων, οι οποίες είναι προσβάσιμες μέσω ψηφιακών καναλιών, όπως εφαρμογές για κινητά και ιστότοποι (Gomber et al., 2017). Η έλευση της ψηφιακής τραπεζικής έδωσε τη δυνατότητα στις τράπεζες να προσφέρουν εξατομικευμένες υπηρεσίες, αυξημένη ευκολία και βελτιωμένη προσβασιμότητα, αλλάζοντας ριζικά τη σχέση πελάτη-τράπεζας.

Από τεχνολογικής άποψης, η ψηφιακή τραπεζική υποστηρίζεται από διάφορες βασικές τεχνολογίες, συμπεριλαμβανομένης της επιστήμης των υπολογιστών (computer science), της ανάλυσης μεγάλων δεδομένων (big data analysis), της τεχνητής νοημοσύνης (Artificial Intelligence – AI), της αλυσίδας μπλοκ (blockchain technology) και του υπολογιστικού νέφους (cloud computing). Οι τεχνολογίες αυτές διευκολύνουν όχι μόνο την παροχή παραδοσιακών τραπεζικών υπηρεσιών μέσω ψηφιακών καναλιών, αλλά και την εισαγωγή καινοτόμων υπηρεσιών, όπως πληρωμές σε πραγματικό χρόνο, δανεισμός από πηγές πέραν των τραπεζών και εξατομικευμένες χρηματοοικονομικές συμβουλές. Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης και των αλγορίθμων μηχανικής μάθησης, για παράδειγμα, επιτρέπει την ανάπτυξη προγνωστικών μοντέλων που μπορούν να προσφέρουν εξατομικευμένα

χρηματοοικονομικά προϊόντα και συμβουλές με βάση τις καταναλωτικές συνήθειες και το οικονομικό ιστορικό ενός ατόμου (Jagtiani & Lemieux, 2019).

Ο πελατοκεντρισμός είναι μια άλλη κρίσιμη διάσταση της ψηφιακής τραπεζικής. Σε αντίθεση με την παραδοσιακή τραπεζική, η ψηφιακή τραπεζική δίνει έμφαση στην εξατομίκευση και την εμπειρία του πελάτη. Η στροφή αυτή οφείλεται στον ευρύτερο ψηφιακό μετασχηματισμό της κοινωνίας, όπου οι καταναλωτές αναμένουν οι υπηρεσίες να είναι διαθέσιμες κατά παραγγελία, προσαρμοσμένες στις ανάγκες τους και προσβάσιμες από οπουδήποτε και ανά πάσα στιγμή. Οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες αξιοποιούν την ανάλυση δεδομένων και την ανατροφοδότηση των πελατών για τη συνεχή βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών και της αλληλεπίδρασης με τους πελάτες, προωθώντας έτσι μια πιο ελκυστική και ικανοποιητική τραπεζική εμπειρία.

Οι ρυθμιστικές πτυχές διαδραματίζουν επίσης σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση του ορισμού και της εξέλιξης της ψηφιακής τραπεζικής. Οι χρηματοπιστωτικές ρυθμιστικές αρχές παγκοσμίως επικαιροποιούν τα πλαίσιά τους για να προσαρμοστούν στην άνοδο της ψηφιακής τραπεζικής, εστιάζοντας σε θέματα όπως η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο, η προστασία των δεδομένων και η οικονομική ένταξη. Αυτές οι ρυθμιστικές προσαρμογές είναι ζωτικής σημασίας για να διασφαλιστεί ότι οι ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες είναι ασφαλείς, αξιόπιστες και προσβάσιμες σε ένα ευρύ τμήμα του πληθυσμού, συμπεριλαμβανομένων των υποβαθμισμένων κοινοτήτων (European Banking Authority, 2020).

Εν κατακλείδι, η ψηφιακή τραπεζική αντιπροσωπεύει μια συνολική επανασχεδίαση των τραπεζικών υπηρεσιών, η οποία χαρακτηρίζεται από την ψηφιοποίηση των παραδοσιακών τραπεζικών δραστηριοτήτων, την υιοθέτηση προηγμένων τεχνολογιών, την εστίαση στον πελατοκεντρισμό και την τήρηση των εξελισσόμενων ρυθμιστικών προτύπων. Ως εκ τούτου, η ψηφιακή τραπεζική δεν αποτελεί απλώς μια τεχνολογική αναβάθμιση αλλά μια πλήρη αναμόρφωση του τραπεζικού επιχειρηματικού μοντέλου και του παραδείγματος αλληλεπίδρασης με τον πελάτη. Η εξέλιξη αυτή υπόσχεται να καταστήσει την τραπεζική πιο προσιτή, αποτελεσματική και εξατομικευμένη, αντανakλώντας τις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις και προσδοκίες της ψηφιακής εποχής.

## 2.2 Λειτουργίες/υπηρεσίες της ψηφιακής τραπεζικής

Η ψηφιακή τραπεζική έχει φέρει επανάσταση στον κλάδο των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, προσφέροντας μια σειρά από λειτουργίες και υπηρεσίες που υπερβαίνουν τις παραδοσιακές τραπεζικές εργασίες. Αυτές οι ψηφιακές υπηρεσίες δεν καλύπτουν μόνο τις βασικές ανάγκες των πελατών, όπως οι καταθέσεις και οι αναλήψεις, αλλά περιλαμβάνουν επίσης προηγμένες λειτουργίες όπως οι ηλεκτρονικές πληρωμές λογαριασμών, η τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου, οι αναλύσεις σε πραγματικό χρόνο και οι εξατομικευμένες οικονομικές συμβουλές. Η παρούσα ενότητα διερευνά τις διάφορες λειτουργίες και υπηρεσίες που παρέχουν οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες, απεικονίζοντας τη λειτουργία και τη χρήση τους.

- i. Διαχείριση λογαριασμού: Μία από τις πρωταρχικές λειτουργίες της ψηφιακής τραπεζικής είναι η διαχείριση λογαριασμού, η οποία επιτρέπει στους πελάτες να βλέπουν τα υπόλοιπα, το ιστορικό συναλλαγών και τις καταστάσεις λογαριασμού online. Η υπηρεσία αυτή παρέχει έναν βολικό τρόπο στους πελάτες να διαχειρίζονται τα οικονομικά τους χωρίς να χρειάζεται να επισκέπτονται ένα τραπεζικό κατάστημα. Σύμφωνα με τον Consoli (2005) η δυνατότητα πρόσβασης σε τραπεζικές υπηρεσίες μέσω διαδικτύου έχει βελτιώσει σημαντικά την ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών.
- ii. Πληρωμές και μεταφορές: Η ψηφιακή τραπεζική διευκολύνει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών πληρωμών και μεταφορών, όπως πληρωμές λογαριασμών, μεταφορές μεταξύ λογαριασμών είτε του ιδίου προσώπου είτε μεταξύ τρίτων και διεθνή εμβάσματα. Οι υπηρεσίες αυτές επιτρέπουν στους πελάτες να πραγματοποιούν πληρωμές και να μεταφέρουν χρήματα αποτελεσματικά και με ασφάλεια από τις ψηφιακές τους συσκευές. Η έλευση συστημάτων πληρωμών σε πραγματικό χρόνο ενισχύει περαιτέρω την ευκολία και την ταχύτητα των συναλλαγών, προωθώντας τη μεγαλύτερη υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών (Deloitte, 2019).
- iii. Δάνεια και πιστωτικές διευκολύνσεις: Οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες έχουν απλοποιήσει τη διαδικασία υποβολής αιτήσεων για δάνεια και πιστωτικές διευκολύνσεις. Οι πελάτες μπορούν να υποβάλουν αίτηση για δάνεια ηλεκτρονικά, ενώ οι ψηφιακές πλατφόρμες προσφέρουν εργαλεία για τον υπολογισμό των αποπληρωμών και τη σύγκριση διαφορετικών δανειακών προϊόντων. Οι καινοτομίες FinTech, όπως οι πλατφόρμες δανεισμού από μη-

τραπεζικά/μη-χρηματοπιστωτικά πρόσωπα, έχουν επίσης επεκτείνει τη διαθεσιμότητα των πιστώσεων συνδέοντας τους δανειολήπτες απευθείας με τους επενδυτές (Jagtiani & Lemieux, 2019).

- iv. Επενδυτικές υπηρεσίες: Η ψηφιακή τραπεζική περιλαμβάνει επενδυτικές υπηρεσίες που προσφέρουν στους πελάτες τη δυνατότητα να αγοράζουν, να πωλούν και να διαχειρίζονται επενδυτικά προϊόντα, όπως μετοχές, ομόλογα και αμοιβαία κεφάλαια. Οι ρομποτικοί σύμβουλοι, οι οποίοι χρησιμοποιούν αλγόριθμους για την παροχή επενδυτικών συμβουλών και τη διαχείριση χαρτοφυλακίων, έχουν γίνει όλο και πιο δημοφιλείς, προσφέροντας μια εναλλακτική λύση χαμηλού κόστους στις παραδοσιακές υπηρεσίες παροχής επενδυτικών συμβουλών (Sironi, 2016).
- v. Ασφάλεια και πρόληψη της απάτης: Η ψηφιακή τραπεζική ενσωματώνει προηγμένα μέτρα ασφαλείας για την προστασία των δεδομένων των πελατών και την πρόληψη της απάτης. Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνουν κρυπτογράφηση, έλεγχο ταυτότητας δύο παραγόντων και βιομετρική επαλήθευση. Επιπλέον, οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες χρησιμοποιούν τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική μάθηση για τον εντοπισμό και την πρόληψη δόλιων συναλλαγών σε πραγματικό χρόνο (Ebbbers et al., 2013).
- vi. Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός και συμβουλές: Οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες παρέχουν υπηρεσίες χρηματοοικονομικού σχεδιασμού και συμβουλών, αξιοποιώντας την ανάλυση δεδομένων και τη μηχανική μάθηση για να προσφέρουν εξατομικευμένες χρηματοοικονομικές συμβουλές. Οι υπηρεσίες αυτές βοηθούν τους πελάτες να διαχειρίζονται αποτελεσματικότερα τα οικονομικά τους, να σχεδιάζουν μελλοντικούς οικονομικούς στόχους και να λαμβάνουν τεκμηριωμένες επενδυτικές αποφάσεις (Deloitte, 2019).

Συμπερασματικά, η ψηφιακή τραπεζική προσφέρει μια ολοκληρωμένη σειρά λειτουργιών και υπηρεσιών που βελτιώνουν σημαντικά την τραπεζική εμπειρία για τους πελάτες. Παρέχοντας βολική, αποτελεσματική και ασφαλή πρόσβαση σε ένα ευρύ φάσμα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες αναδιαμορφώνουν το τοπίο των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, προωθούν την καινοτομία και προωθούν την οικονομική ένταξη.

## 2.3 Τάσεις στη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής

Το τοπίο της ψηφιακής τραπεζικής εξελίσσεται συνεχώς, διαμορφωμένο από τις ταχείες τεχνολογικές εξελίξεις, τις μεταβαλλόμενες προσδοκίες των καταναλωτών και τις κανονιστικές αλλαγές. Αυτό το δυναμικό περιβάλλον έχει οδηγήσει στην ανάδυση αρκετών παγκόσμιων και περιφερειακών τάσεων που επαναπροσδιορίζουν το μέλλον των τραπεζών. Εξετάζοντας αυτές τις τάσεις, μπορούμε να αποκτήσουμε γνώσεις σχετικά με τα πρότυπα και τις καινοτομίες που οδηγούν στην υιοθέτηση και την εξέλιξη των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών παγκοσμίως.

### Παγκόσμιες τάσεις

#### 1. Άνοδος των Neobanks

Οι Neobanks είναι αποκλειστικά ψηφιακές τράπεζες χωρίς φυσικά υποκαταστήματα, οι οποίες προσφέρουν τραπεζικές υπηρεσίες αποκλειστικά μέσω ψηφιακών πλατφορμών, όπως εφαρμογές για κινητά και ιστότοποι. Αυτές οι τράπεζες κερδίζουν δημοτικότητα για τις φιλικές προς το χρήστη διεπαφές τους, τις χαμηλότερες χρεώσεις και τα καινοτόμα χαρακτηριστικά τους. Σύμφωνα με έκθεση της Accenture, οι neobanks βρίσκονται σε άνοδο παγκοσμίως, με σημαντική αύξηση της πελατειακής βάσης και των επενδύσεων (Accenture, 2021).

#### 2. Τεχνητή νοημοσύνη και μηχανική μάθηση

Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης και της μηχανικής μάθησης στην ψηφιακή τραπεζική μετασχηματίζει την εξυπηρέτηση πελατών και τις backend λειτουργίες. Τα chatbots με τεχνητή νοημοσύνη παρέχουν 24/7 υποστήριξη πελατών, ενώ οι αλγόριθμοι της μηχανικής μάθησης βελτιώνουν τις διαδικασίες ανίχνευσης απάτης και βαθμολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας. Οι τεχνολογίες αυτές συμβάλλουν επίσης στην εξατομίκευση των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, προσφέροντας εξατομικευμένες συμβουλές και συστάσεις προϊόντων (McKinsey & Company, 2019).

#### 3. Blockchain για αυξημένη ασφάλεια και αποτελεσματικότητα

Η τεχνολογία blockchain διερευνάται για τις δυνατότητές της να ενισχύσει την ασφάλεια, τη διαφάνεια και την αποτελεσματικότητα των τραπεζικών εργασιών. Το blockchain μπορεί να μειώσει την απάτη, να απλοποιήσει τις διασυννοριακές συναλλαγές και να βελτιώσει την ακεραιότητα των χρηματοοικονομικών δεδομένων. Αρκετές τράπεζες και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα πειραματίζονται με το blockchain



για περιπτώσεις χρήσης όπως οι έξυπνες συμβάσεις, οι ψηφιακές ταυτότητες και η αποκεντρωμένη χρηματοδότηση (DeFi) (Deloitte, 2020).

Συμπερασματικά, οι τάσεις στην ψηφιακή τραπεζική αναδεικνύουν μια παγκόσμια στροφή προς πιο προσιτές, αποτελεσματικές και εξατομικευμένες τραπεζικές υπηρεσίες. Καινοτομίες όπως η Τεχνητή Νοημοσύνη, η αλυσίδα μπλοκ και οι πληρωμές μέσω κινητών τηλεφώνων αναδιαμορφώνουν τον τραπεζικό κλάδο, ενώ οι κανονιστικές αλλαγές και η άνοδος των νεοσύστατων τραπεζών αντικατοπτρίζουν έναν ευρύτερο μετασχηματισμό στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Καθώς αυτές οι τάσεις συνεχίζουν να εξελίσσονται, θα διαμορφώσουν το μέλλον του τραπεζικού τομέα τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε περιφερειακό επίπεδο.

## Κεφάλαιο 3. Παράγοντες που επηρεάζουν την πρόθεση χρήσης και υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής

### 3.1 Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα

Η εξέταση της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας στο πεδίο της ψηφιακής τραπεζικής και η επίδρασή της στις αποφάσεις υιοθέτησης από τους πελάτες αποτελεί κρίσιμο πεδίο έρευνας για την κατανόηση της δυναμικής της τεχνολογικής αποδοχής στον χρηματοπιστωτικό τομέα. Η έννοια της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας, που προέρχεται από το μοντέλο αποδοχής τεχνολογίας (Technology Acceptance Model - TAM) που εισήγαγε ο Davis το 1989, υποστηρίζει ότι η πιθανότητα υιοθέτησης της τεχνολογίας αυξάνεται εάν ο δυνητικός χρήστης την αντιλαμβάνεται ως ωφέλιμη για την ενίσχυση της απόδοσής του ή την αποτελεσματικότερη εκτέλεση των καθηκόντων του (Davis, 1989). Στο πλαίσιο της ψηφιακής τραπεζικής, αυτό μεταφράζεται στο βαθμό στον οποίο οι πελάτες πιστεύουν ότι η χρήση ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών θα καταστήσει τη χρηματοοικονομική τους διαχείριση πιο βολική, ασφαλή και αποτελεσματική.

Στον πυρήνα της ανάλυσης της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας βρίσκεται το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας (TAM), το οποίο προσδιορίζει την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και την αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης ως τους δύο κύριους προγνωστικούς παράγοντες της υιοθέτησης της τεχνολογίας (Davis, 1989). Το TAM έχει εφαρμοστεί ευρέως σε διάφορους τεχνολογικούς τομείς, συμπεριλαμβανομένων των ψηφιακών τραπεζών, για την πρόβλεψη της αποδοχής και της συμπεριφοράς χρήσης από τους χρήστες. Το μοντέλο υποδηλώνει ότι όταν οι χρήστες θεωρούν μια τεχνολογία χρήσιμη, είναι πιο πιθανό να τη χρησιμοποιήσουν, υπογραμμίζοντας τη σημασία της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας στη διαδικασία λήψης αποφάσεων για την υιοθέτηση.

Το αρχικό TAM έχει επεκταθεί στα μοντέλα TAM 2 και TAM 3, ενσωματώνοντας πρόσθετες μεταβλητές, όπως διαδικασίες κοινωνικής επιρροής (υποκειμενική νόρμα, εθελοντισμός, εικόνα) και γνωστικές εργαλειακές διαδικασίες (συνάφεια με την εργασία, ποιότητα παραγωγής, επιδεικτικότητα αποτελεσμάτων), ώστε να ληφθεί υπόψη ένα ευρύτερο φάσμα παραγόντων που επηρεάζουν την αποδοχή της τεχνολογίας (Venkatesh & Davis, 2000, Venkatesh & Bala, 2008). Αυτές οι επεκτάσεις αναδεικνύουν την πολυπλοκότητα της διαδικασίας υιοθέτησης, υποδηλώνοντας ότι η

αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα επηρεάζεται τόσο από ατομικές πεποιθήσεις όσο και από κοινωνικούς παράγοντες.

Η επίδραση της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής διαμορφώνεται στα εξής επίπεδα:

- Αποτελεσματικότητα της χρηματοοικονομικής διαχείρισης. Οι πελάτες είναι πιο πρόθυμοι να υιοθετήσουν την ψηφιακή τραπεζική εάν την αντιλαμβάνονται ως ένα εργαλείο που μπορεί να ενισχύσει σημαντικά την ικανότητά τους να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα οικονομικά τους. Οι ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες προσφέρουν χαρακτηριστικά όπως η παρακολούθηση λογαριασμών σε πραγματικό χρόνο, οι αυτοματοποιημένες πληρωμές λογαριασμών και οι εξατομικευμένες οικονομικές συμβουλές, τα οποία θεωρούνται ωφέλιμα για τη βελτίωση της οικονομικής διαχείρισης (Laukkanen, 2016). Η αντιληπτή χρησιμότητα αυτών των χαρακτηριστικών μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης, καθώς οι πελάτες αναζητούν λύσεις που απλοποιούν και βελτιστοποιούν τις οικονομικές τους λειτουργίες.
- Ευκολία και προσβασιμότητα. Η ψηφιακή τραπεζική παρέχει απaráμιλλη ευκολία και προσβασιμότητα, επιτρέποντας στους πελάτες να πραγματοποιούν χρηματοοικονομικές συναλλαγές οποτεδήποτε και οπουδήποτε. Αυτή η πτυχή της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας, η οποία εξαλείφει την ανάγκη για φυσικές επισκέψεις σε τραπεζικά καταστήματα και μειώνει τους χρόνους συναλλαγών, αποτελεί βασικό παράγοντα για την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών (Shin, 2009). Η δυνατότητα πρόσβασης σε τραπεζικές υπηρεσίες εκτός των παραδοσιακών ωρών λειτουργίας των τραπεζών και από απομακρυσμένες τοποθεσίες εκτιμάται ιδιαίτερα από τους πελάτες, επηρεάζοντας περαιτέρω την απόφασή τους να υιοθετήσουν την ψηφιακή τραπεζική.
- Ασφάλεια και εμπιστοσύνη: Στο πλαίσιο της ψηφιακής τραπεζικής, η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα επεκτείνεται επίσης στα χαρακτηριστικά ασφάλειας και προστασίας της ιδιωτικής ζωής της πλατφόρμας. Οι πελάτες είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες εάν εμπιστεύονται ότι τα οικονομικά τους δεδομένα και οι συναλλαγές τους είναι ασφαλείς. Η εφαρμογή προηγμένων μέτρων ασφαλείας, όπως η κρυπτογράφηση, ο έλεγχος ταυτότητας δύο παραγόντων και οι αλγόριθμοι

ανίχνευσης απάτης, ενισχύει την αντιληπτή χρησιμότητα της ψηφιακής τραπεζικής, διασφαλίζοντας την ασφάλεια και την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών των χρηστών (Suh & Han, 2002).

Συνοψίζοντας, η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα είναι ένας θεμελιώδης καθοριστικός παράγοντας της υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής, που επηρεάζεται από παράγοντες όπως η αποτελεσματικότητα στη χρηματοοικονομική διαχείριση, η ευκολία, η προσβασιμότητα και η ασφάλεια. Το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας και οι επεκτάσεις του παρέχουν ένα ισχυρό θεωρητικό πλαίσιο για την κατανόηση του τρόπου με τον οποίο η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα επηρεάζει τις αποφάσεις υιοθέτησης από τους πελάτες. Καθώς η ψηφιακή τραπεζική συνεχίζει να εξελίσσεται, η κατανόηση και η ενίσχυση της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας αυτών των υπηρεσιών θα είναι ζωτικής σημασίας για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που στοχεύουν στην αύξηση των ποσοστών υιοθέτησης και της ικανοποίησης των πελατών.

### 3.2 Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης

Η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης αποτελεί θεμελιώδη έννοια για την κατανόηση της υιοθέτησης και αποδοχής των ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών από τους πελάτες. Η έννοια αυτή, προερχόμενη από το μοντέλο αποδοχής τεχνολογίας (TAM) που εισήγαγε ο Davis (1989), αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο ένα άτομο πιστεύει ότι η χρήση ενός συγκεκριμένου συστήματος θα είναι χωρίς προσπάθεια. Στο πεδίο της ψηφιακής τραπεζικής, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης περιλαμβάνει το πόσο φιλικές προς το χρήστη, διαισθητικές και απλές τραπεζικές πλατφόρμες και υπηρεσίες γίνονται αντιληπτές από τους χρήστες.

Το Μοντέλο Αποδοχής Τεχνολογίας (TAM) υποστηρίζει ότι η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης, παράλληλα με την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα, επηρεάζει σημαντικά την πρόθεση ενός ατόμου να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία, οδηγώντας σε πραγματική συμπεριφορά χρήσης (Davis, 1989). Η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης όχι μόνο επηρεάζει άμεσα τις προθέσεις χρήσης αλλά και έμμεσα τις επηρεάζει μέσω της επίδρασής της στην αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα. Το σκεπτικό είναι ότι τα συστήματα που γίνονται αντιληπτά ως ευκολότερα στη χρήση συχνά θεωρούνται πιο χρήσιμα.

Η επίδραση στις στάσεις των πελατών και στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής αναφέρεται στα εξής:

- Υιοθέτηση από τους χρήστες: Μια θεμελιώδης παραδοχή είναι ότι όσο πιο απλή είναι η χρήση μιας ψηφιακής τραπεζικής πλατφόρμας, τόσο πιο πιθανό είναι οι πελάτες να την υιοθετήσουν και να συνεχίσουν να τη χρησιμοποιούν. Οι Venkatesh & Davis (2000) επέκτειναν το TAM, δίνοντας έμφαση στο ρόλο της αντιλαμβανόμενης ευκολίας χρήσης στον καθορισμό της αποδοχής και της πρόθεσης συνέχισης από τους χρήστες. Υποστήριξαν ότι η ευκολία χρήσης αποτελεί πρόδρομο της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας, καθώς οι τεχνολογίες στις οποίες είναι ευκολότερη η πλοήγηση είναι πιθανό να υιοθετηθούν ευκολότερα από τους χρήστες.
- Επιρροή στην ικανοποίηση των πελατών: Η ευκολία χρήσης επηρεάζει σημαντικά την ικανοποίηση των πελατών από τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Μια φιλική προς το χρήστη διεπαφή, η απλή πλοήγηση και οι απλές διαδικασίες συναλλαγών συμβάλλουν σε μια θετική εμπειρία του χρήστη, προωθώντας υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης. Οι ικανοποιημένοι χρήστες είναι πιο πιθανό να συστήσουν την υπηρεσία σε άλλους και να συνεχίσουν να τη χρησιμοποιούν οι ίδιοι (Aladwani, 2001). Συνεπώς, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης είναι κρίσιμη για τη διατήρηση των πελατών στον ανταγωνιστικό ψηφιακό τραπεζικό τομέα.
- Μείωση του τεχνολογικού άγχους: Για πολλούς χρήστες, ιδίως εκείνους που είναι λιγότερο εξοικειωμένοι με τις ψηφιακές τεχνολογίες, η ευκολία χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών μπορεί να μειώσει το άγχος που σχετίζεται με την τεχνολογία. Μια μελέτη των Liao & Cheung (2002) διαπίστωσε ότι η ευκολία χρήσης μειώνει τα εμπόδια στην υιοθέτηση, μετριάζοντας τους φόβους και τις αβεβαιότητες που συνδέονται με τη χρήση νέων τεχνολογιών. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τους πελάτες μεγαλύτερης ηλικίας ή για όσους μεταβαίνουν από τις παραδοσιακές στις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες.

Οι εμπειρικές μελέτες υποστηρίζουν τη σημαντική επίδραση της αντιλαμβανόμενης ευκολίας χρήσης στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής. Για παράδειγμα, οι Hernandez & Mazzon (2007) διεξήγαγαν μια μελέτη στο πλαίσιο της ηλεκτρονικής τραπεζικής και διαπίστωσαν ότι η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης επηρεάζει έντονα τις προθέσεις των πελατών να υιοθετήσουν ηλεκτρονικές τραπεζικές υπηρεσίες. Ομοίως, ο Zhou (2012) τόνισε ότι η ευκολία χρήσης αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για

την υιοθέτηση της κινητής τραπεζικής, επηρεάζοντας άμεσα τις στάσεις και τις προθέσεις των χρηστών για τη χρήση εφαρμογών κινητής τραπεζικής.

Εν κατακλείδι, η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης είναι ένας κρίσιμος παράγοντας που καθορίζει τη στάση των πελατών απέναντι στην ψηφιακή τραπεζική και αποτελεί βασικό παράγοντα υιοθέτησης. Κάνοντας τις ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες εύχρηστες και απλές, οι τράπεζες μπορούν να ενισχύσουν την ικανοποίηση των πελατών, να μειώσουν το τεχνολογικό άγχος και να ενθαρρύνουν την υιοθέτηση και τη συνεχή χρήση των ψηφιακών υπηρεσιών τους. Καθώς το τοπίο της ψηφιακής τραπεζικής εξελίσσεται, η εστίαση στη βελτίωση της ευκολίας χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών θα παραμείνει απαραίτητη για την προσέλκυση και τη διατήρηση των πελατών.

### 3.3 Αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα

Η αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα, μια έννοια που προέρχεται από την κοινωνική γνωστική θεωρία του Bandura, αναφέρεται στην πεποίθηση ενός ατόμου για την ικανότητά του να εκτελεί συμπεριφορές που είναι απαραίτητες για την επίτευξη συγκεκριμένων επιδόσεων (Bandura, 1977). Στο πλαίσιο της ψηφιακής τραπεζικής, η αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα σχετίζεται με την εμπιστοσύνη των πελατών στην ικανότητά τους να χρησιμοποιούν αποτελεσματικά τις ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες.

Η κοινωνική γνωστική θεωρία υποστηρίζει ότι η αυτοαποτελεσματικότητα επηρεάζει τις επιλογές που κάνουν τα άτομα, την προσπάθεια που καταβάλλουν σε αυτές τις δραστηριότητες και την επιμονή τους απέναντι στις προκλήσεις (Bandura, 1986). Εφαρμοσμένη στην ψηφιακή τραπεζική, οι πελάτες με υψηλή αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν και να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, επειδή πιστεύουν στην ικανότητά τους να πλοηγηθούν επιτυχώς σε αυτές τις πλατφόρμες.

Η επίδραση της αντιλαμβανόμενης αυτοαποτελεσματικότητας στην υιοθέτηση και χρήση της ψηφιακής τραπεζικής διαμορφώνεται βάσει των εξής:

- Πιθανότητα υιοθέτησης: Τα άτομα με υψηλότερα επίπεδα αντιλαμβανόμενης αυτοαποτελεσματικότητας όσον αφορά την ψηφιακή τραπεζική είναι πιο πρόθυμα να υιοθετήσουν αυτές τις υπηρεσίες. Είναι πιθανό να αντιλαμβάνονται

την ψηφιακή τραπεζική ως λιγότερο εκφοβιστική και περισσότερο μέσα στις δυνατότητές τους να την κατακτήσουν. Μια μελέτη των Eastin & LaRose (2000) σχετικά με την αυτοαποτελεσματικότητα στο διαδίκτυο υποστηρίζει αυτό, δείχνοντας ότι οι πεποιθήσεις αυτοαποτελεσματικότητας επηρεάζουν σημαντικά την πιθανότητα εμπλοκής και υιοθέτησης νέων τεχνολογιών.

- Υπέρβαση των τεχνολογικών εμποδίων: Η αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα παίζει καθοριστικό ρόλο στην υπέρβαση των εμποδίων στην υιοθέτηση της τεχνολογίας. Οι χρήστες που είναι σίγουροι για τις ικανότητές τους στις ψηφιακές τραπεζικές συναλλαγές αποθαρρύνονται λιγότερο από πιθανές δυσκολίες και είναι πιο ανθεκτικοί απέναντι σε ζητήματα ευχρηστίας ή τεχνολογικές προκλήσεις (Compeau & Higgins, 1995). Αυτή η ανθεκτικότητα είναι απαραίτητη για την πλοήγηση στην αρχική καμπύλη εκμάθησης που συνδέεται με τις νέες ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες.
- Ενισχυμένη δέσμευση και εξερεύνηση: Οι πελάτες με υψηλή αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα είναι πιο πιθανό να εξερευνήσουν και να αξιοποιήσουν το πλήρες φάσμα των χαρακτηριστικών που προσφέρουν οι ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Η αυτοπεποίθησή τους τους ενθαρρύνει να πειραματιστούν με διάφορες λειτουργίες, οδηγώντας σε μια πιο ολοκληρωμένη εμπλοκή με την υπηρεσία. Αυτή η εξερευνητική συμπεριφορά μπορεί να αυξήσει την αντιλαμβανόμενη αξία της ψηφιακής τραπεζικής, ενισχύοντας τη συνεχή χρήση (Venkatesh & Bala, 2008).

Οι εμπειρικές μελέτες αναδεικνύουν τη σημασία της αντιλαμβανόμενης αυτοαποτελεσματικότητας στο πλαίσιο της υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής. Για παράδειγμα, η έρευνα των Gefen, Karahanna & Straub (2003) έδειξε ότι η αυτοαποτελεσματικότητα επηρεάζει σημαντικά τις αντιλήψεις των ατόμων για την ευκολία χρήσης και τη χρησιμότητα, οι οποίες με τη σειρά τους επηρεάζουν τις αποφάσεις υιοθέτησης. Μια άλλη έρευνα των Agarwal & Karahanna (2000) διαπίστωσε ότι η αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα ενισχύει την επίδραση της αντιλαμβανόμενης ευκολίας χρήσης στην πρόθεση χρήσης ψηφιακών τεχνολογιών, συμπεριλαμβανομένης της ψηφιακής τραπεζικής.

Συμπερασματικά, η αντιλαμβανόμενη αυτοαποτελεσματικότητα αποτελεί κρίσιμο προσδιοριστικό παράγοντα της υιοθέτησης και χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής. Πιστεύοντας στην ικανότητά τους να χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές

πλατφόρμες, οι πελάτες είναι πιο πιθανό να υιοθετήσουν, να εμπλακούν και να αντλήσουν αξία από αυτές τις υπηρεσίες. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μπορούν να το διευκολύνουν αυτό παρέχοντας φιλικές προς το χρήστη διεπαφές, ολοκληρωμένη υποστήριξη και εκπαιδευτικούς πόρους για την ενίσχυση των πεποιθήσεων αυτοαποτελεσματικότητας των πελατών, ενθαρρύνοντας έτσι την ευρύτερη και αποτελεσματικότερη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

### 3.4 Αντιλαμβανόμενος κίνδυνος

Ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην υιοθέτηση και τη διαρκή χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Σε αυτό το πλαίσιο, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος αναφέρεται στις πιθανές απώλειες και την αβεβαιότητα που οι πελάτες συνδέουν με τις ηλεκτρονικές χρηματοπιστωτικές συναλλαγές, περιλαμβάνοντας ανησυχίες σχετικά με παραβιάσεις της ασφάλειας, παραβιάσεις της ιδιωτικής ζωής και οικονομικές απάτες.

Η έννοια του αντιλαμβανόμενου κινδύνου στις μελέτες καταναλωτικής συμπεριφοράς είναι καθιερωμένη, με την πρωτοποριακή εργασία του Bauer (1960) να θέτει τα θεμέλια. Σύμφωνα με τον Bauer, κάθε απόφαση αγοράς ενέχει κάποιο βαθμό κινδύνου, καθώς τα αποτελέσματα είναι αβέβαια και δυνητικά δυσμενή. Στο πλαίσιο της ψηφιακής τραπεζικής, οι Featherman & Pavlou (2003) επεκτείνουν αυτή την έννοια, εντοπίζοντας συγκεκριμένους τύπους κινδύνου, όπως ο κίνδυνος προστασίας της ιδιωτικής ζωής, ο κίνδυνος ασφάλειας και ο κίνδυνος απόδοσης, ο καθένας από τους οποίους επηρεάζει την εμπιστοσύνη των χρηστών και, κατά συνέπεια, την προθυμία τους να ασχοληθούν με ψηφιακές τραπεζικές πλατφόρμες.

Οι κύριες διαστάσεις του αντιλαμβανόμενου κινδύνου στην ψηφιακή τραπεζική είναι οι εξής:

- Κίνδυνος ασφάλειας: Ο κίνδυνος ασφάλειας αναφέρεται στο ενδεχόμενο μη εξουσιοδοτημένης πρόσβασης σε προσωπικές και οικονομικές πληροφορίες, που οδηγεί σε κλοπή ταυτότητας ή οικονομική απώλεια. Η αυξανόμενη πολυπλοκότητα των επιθέσεων στον κυβερνοχώρο εντείνει αυτές τις ανησυχίες, καθιστώντας την ασφάλεια ύψιστης σημασίας ζήτημα τόσο για τις τράπεζες όσο και για τους πελάτες τους. Η έρευνα των Suh & Han (2003) υπογραμμίζει ότι οι αντιληπτοί κίνδυνοι ασφαλείας αποτρέπουν σημαντικά τους δυνητικούς χρήστες από το να υιοθετήσουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τραπεζικής.



- Κίνδυνος απορρήτου: Ο κίνδυνος προστασίας της ιδιωτικής ζωής αφορά τις ανησυχίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο τα προσωπικά δεδομένα συλλέγονται, χρησιμοποιούνται και κοινοποιούνται από τα τραπεζικά ιδρύματα. Με την αύξηση των περιπτώσεων παραβίασης δεδομένων και κατάχρησης προσωπικών πληροφοριών, οι πελάτες είναι όλο και πιο επιφυλακτικοί για τον τρόπο χειρισμού των δεδομένων τους. Οι Culnan & Armstrong (1999) υποστηρίζουν ότι οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι προστασίας της ιδιωτικής ζωής επηρεάζουν αρνητικά την εμπιστοσύνη των πελατών στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, επηρεάζοντας τις αποφάσεις υιοθέτησής τους.
- Οικονομικός κίνδυνος: Ο χρηματοοικονομικός κίνδυνος αφορά το ενδεχόμενο χρηματικής απώλειας λόγω δόλιων συναλλαγών ή σφαλμάτων στο σύστημα ηλεκτρονικής τραπεζικής. Αυτή η διάσταση κινδύνου επηρεάζει άμεσα την εμπιστοσύνη των χρηστών στη διενέργεια ηλεκτρονικών χρηματοοικονομικών πράξεων, με επιπτώσεις στη συνολική εμπιστοσύνη τους στο ψηφιακό τραπεζικό σύστημα.
- Επίδραση στη συμπεριφορά των πελατών: Η αντίληψη του κινδύνου που συνδέεται με την ψηφιακή τραπεζική επηρεάζει σημαντικά την υιοθέτηση και τη συμπεριφορά χρήσης από τους πελάτες. Τα υψηλά επίπεδα αντιλαμβανόμενου κινδύνου μπορεί να οδηγήσουν σε αντίσταση κατά την υιοθέτηση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, καθώς και σε απροθυμία συμμετοχής σε πιο σύνθετες ηλεκτρονικές τραπεζικές συναλλαγές (Kim, Ferrin, & Rao, 2008). Επιπλέον, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος επηρεάζει την ανάπτυξη της εμπιστοσύνης, η οποία αποτελεί κρίσιμο στοιχείο στη σχέση πελάτη-τράπεζας. Η εμπιστοσύνη μετριάσει τον αντιληπτό κίνδυνο, ενθαρρύνοντας τους χρήστες να υιοθετήσουν και να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες (Mukherjee & Nath, 2003).

Αναφορικά με τον μετριασμό του αντιλαμβανόμενου κινδύνου, οι τράπεζες και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα μπορούν να υιοθετήσουν διάφορες στρατηγικές για να μετριάσουν τους αντιλαμβανόμενους κινδύνους και να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη μεταξύ των χρηστών. Αυτές περιλαμβάνουν την εφαρμογή ισχυρών μέτρων ασφαλείας, διαφανών πολιτικών προστασίας της ιδιωτικής ζωής, προγραμμάτων εκπαίδευσης των χρηστών και αποτελεσματικής εξυπηρέτησης πελατών για την άμεση αντιμετώπιση ανησυχιών και περιστατικών. Η παροχή εγγυήσεων και διαβεβαιώσεων

μπορεί επίσης να μειώσει τους αντιλαμβανόμενους οικονομικούς κινδύνους, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των χρηστών στις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες (Pavlou, 2003).

Εν κατακλείδι, ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την υιοθέτηση και τη συνεχή χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Με την κατανόηση και την αντιμετώπιση των διαφόρων διαστάσεων του αντιλαμβανόμενου κινδύνου - ασφάλεια, προστασία της ιδιωτικής ζωής και χρηματοοικονομικός κίνδυνος - οι τράπεζες μπορούν να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη των υφιστάμενων και δυνητικών πελατών. Οι στρατηγικές για τον μετριασμό αυτών των κινδύνων είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα των ψηφιακών τραπεζικών πλατφορμών.

### 3.5 Εμπόδια/Δυσκολίες

Η υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής, παρά την ευκολία και την αποτελεσματικότητά της, παρεμποδίζεται από διάφορα εμπόδια και δυσκολίες. Το παρόν υποκεφάλαιο εμβαθύνει στις πολύπλευρες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι πελάτες κατά την υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των τεχνολογικών, ψυχολογικών και κοινωνικοοικονομικών εμποδίων. Η κατανόηση αυτών των εμποδίων είναι ζωτικής σημασίας για τις τράπεζες και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που στοχεύουν στην ενίσχυση της υιοθέτησης και της ικανοποίησης των χρηστών. Η διερεύνηση αυτών των εμποδίων υποστηρίζεται από θεωρητικές προοπτικές και εμπειρικές μελέτες, παρέχοντας μια ολοκληρωμένη επισκόπηση των εμποδίων στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής.

**Τεχνολογικά εμπόδια:** Τα τεχνολογικά εμπόδια συγκαταλέγονται μεταξύ των σημαντικότερων εμποδίων στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής. Σε αυτά περιλαμβάνονται ζητήματα που σχετίζονται με τη χρηστικότητα του συστήματος, την πολυπλοκότητα της διεπαφής και την έλλειψη ψηφιακής υποδομής. Μια φιλική προς το χρήστη διεπαφή είναι ζωτικής σημασίας για την ενθάρρυνση της υιοθέτησης, καθώς τα πολύπλοκα ή μη διαισθητικά συστήματα μπορούν να αποτρέψουν τους δυνητικούς χρήστες (Venkatesh & Davis, 2000). Επιπλέον, σε περιοχές με περιορισμένη πρόσβαση στο διαδίκτυο ή υποανάπτυκτες ψηφιακές υποδομές, η υιοθέτηση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών καθίσταται πρόκληση (Donner & Tellez, 2008).

**Ψυχολογικά εμπόδια:** Τα ψυχολογικά εμπόδια περιλαμβάνουν την αντίσταση στην αλλαγή, την έλλειψη εμπιστοσύνης και τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο, τα οποία επηρεάζουν σημαντικά την προθυμία των πελατών να υιοθετήσουν την ψηφιακή τραπεζική. Η αντίσταση στην αλλαγή είναι μια φυσική ανθρώπινη τάση, καθώς τα άτομα μπορεί να προτιμούν την παραδοσιακή τραπεζική λόγω της εξοικείωσης και της άνεσης (Laukkanen, 2016). Η εμπιστοσύνη και ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος συνδέονται στενά, καθώς οι ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια, την προστασία της ιδιωτικής ζωής και τις πιθανές οικονομικές απώλειες μπορούν να εμποδίσουν την υιοθέτηση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών (Kim, Ferrin, & Rao, 2008).

**Κοινωνικοοικονομικά εμπόδια:** Οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες διαδραματίζουν επίσης κρίσιμο ρόλο στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής. Σε αυτούς περιλαμβάνεται το ψηφιακό χάσμα, το οποίο αναφέρεται στο χάσμα μεταξύ των ατόμων που έχουν πρόσβαση στις ψηφιακές τεχνολογίες και εκείνων που δεν έχουν, το οποίο συχνά επηρεάζεται από την κοινωνικοοικονομική κατάσταση, την εκπαίδευση και την ηλικία (Norris, 2001). Τα άτομα με χαμηλότερο εισόδημα και λιγότερο μορφωμένα άτομα μπορεί να μην διαθέτουν τους πόρους ή τις δεξιότητες που απαιτούνται για να ασχοληθούν με την ψηφιακή τραπεζική, επιδεινώνοντας τις ανισότητες στην οικονομική πρόσβαση (Chen & Wellman, 2004).

**Πολιτιστικά και συμπεριφορικά εμπόδια:** Τα πολιτισμικά και συμπεριφορικά εμπόδια αντικατοπτρίζουν τα κοινωνικά πρότυπα και τις ατομικές στάσεις απέναντι στην τεχνολογία και τις τραπεζικές συναλλαγές. Σε ορισμένες κουλτούρες, μπορεί να υπάρχει προτίμηση στις συναλλαγές με μετρητά ή στις διαπροσωπικές αλληλεπιδράσεις, επηρεασμένη από την εμπιστοσύνη στις προσωπικές σχέσεις έναντι των θεσμών (Singh & Srivastava 2020). Συμπεριφορικοί παράγοντες, όπως το τεχνολογικό άγχος ή η έλλειψη αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας, μπορούν επίσης να αποτρέψουν τα άτομα από το να εξερευνήσουν τις ψηφιακές τραπεζικές επιλογές (Meuter, Ostrom, Roundtree, & Bitner, 2000).

Για να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια, οι τράπεζες και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα πρέπει να εφαρμόσουν στοχευμένες στρατηγικές. Οι τεχνολογικές βελτιώσεις, όπως η ενίσχυση της χρηστικότητας και της προσβασιμότητας του συστήματος, είναι θεμελιώδους σημασίας. Οι εκστρατείες εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης μπορούν να αντιμετωπίσουν τα ψυχολογικά εμπόδια με την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και τη

μείωση των αντιληπτών κινδύνων. Η αντιμετώπιση των κοινωνικοοικονομικών και πολιτισμικών εμποδίων απαιτεί μια πιο διαφοροποιημένη προσέγγιση, συμπεριλαμβανομένης της προσφοράς προσαρμοσμένων χρηματοοικονομικών προϊόντων, της εμπλοκής της κοινότητας και της αξιοποίησης των τοπικών δικτύων για την προώθηση του ψηφιακού αλφαριθμητισμού και της υιοθέτησης.

Συμπερασματικά, τα εμπόδια για την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής είναι ποικίλα και πολύπλοκα, καλύπτοντας τεχνολογικούς, ψυχολογικούς, κοινωνικοοικονομικούς και πολιτιστικούς τομείς. Η υπερπήδηση αυτών των εμποδίων απαιτεί μια πολύπλευρη στρατηγική που να αντιμετωπίζει τις συγκεκριμένες ανάγκες και ανησυχίες των διαφόρων τμημάτων πελατών. Με την κατανόηση και τον μετριασμό αυτών των εμποδίων, οι τράπεζες μπορούν να διευκολύνουν την ομαλότερη μετάβαση στην ψηφιακή τραπεζική, διευρύνοντας έτσι τη βάση των χρηστών τους και βελτιώνοντας την ικανοποίηση των πελατών τους.

## Κεφάλαιο 4. Μεθοδολογία

### 4.1 Μέθοδος έρευνας

Το τμήμα της μεθοδολογίας της εργασίας περιγράφει την προσέγγιση που ακολουθήθηκε για τη διερεύνηση των προτύπων υιοθέτησης και χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής από τους πελάτες λιανικής των ελληνικών τραπεζών. Η έρευνα χρησιμοποιεί την ποσοτική ερευνητική μεθοδολογία, η οποία χαρακτηρίζεται από τη συλλογή και τη στατιστική ανάλυση δεδομένων που συλλέγονται μέσω ερωτήσεων κλειστού τύπου.

Η ποσοτική έρευνα επιλέγεται για την ικανότητά της να ποσοτικοποιεί στάσεις, απόψεις, συμπεριφορές και άλλες καθορισμένες μεταβλητές - και να εξαγάγει αποτελέσματα που μπορούν να γενικευτούν (Robson, 2010). Η προσέγγιση αυτή είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για μελέτες που αποσκοπούν στη μέτρηση της έκτασης ενός φαινομένου ή στην πρόβλεψη αποτελεσμάτων βάσει της ποσοτικής ανάλυσης.

Οι λόγοι για την επιλογή της ποσοτικής ανάλυσης είναι οι εξής (Παρασκευόπουλος 1993, Robson, 2010):

- Γενικευσιμότητα: Η ποσοτική μέθοδος επιτρέπει στον ερευνητή να συλλέξει δεδομένα από ένα σημαντικό δείγμα του πληθυσμού, τα οποία μπορούν στη συνέχεια να εξαχθούν στην ευρύτερη κοινότητα των πελατών λιανικής τραπεζικής στην Ελλάδα. Η προσέγγιση αυτή είναι καθοριστικής σημασίας για την κατανόηση των διαδεδομένων προτύπων και τάσεων στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής στη χώρα.
- Αντικειμενικότητα και αξιοπιστία: Η ποσοτική έρευνα ελαχιστοποιεί την υποκειμενική προκατάληψη, παρέχοντας μια πιο αντικειμενική και αξιόπιστη αξιολόγηση των ερευνητικών ερωτημάτων. Χρησιμοποιώντας τυποποιημένες ερωτήσεις κλειστού τύπου, η μελέτη διασφαλίζει ότι τα δεδομένα που συλλέγονται είναι συνεπή και συγκρίσιμα σε όλους τους ερωτηθέντες, ενισχύοντας την αξιοπιστία των ευρημάτων.
- Στατιστική ανάλυση: Η προσέγγιση αυτή διευκολύνει την αυστηρή στατιστική ανάλυση, επιτρέποντας τον εντοπισμό συσχετίσεων, συγκρίσεων και τάσεων εντός των δεδομένων. Η χρήση στατιστικών μεθόδων βοηθά στην επικύρωση των υποθέσεων και παρέχει μια σταθερή βάση για την εξαγωγή

συμπερασμάτων σχετικά με την εφαρμογή και τον αντίκτυπο της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα.

- **Επεκτασιμότητα:** Οι ποσοτικές ερευνητικές μέθοδοι είναι κλιμακούμενες, επιτρέποντας στη μελέτη να συμπεριλάβει ένα ευρύ δημογραφικό και γεωγραφικό δείγμα πελατών λιανικής τραπεζικής των ελληνικών τραπεζικών ιδρυμάτων. Αυτή η επεκτασιμότητα διασφαλίζει την ολοκληρωμένη κάλυψη του πληθυσμού, ενισχύοντας τη συνάφεια και τη δυνατότητα εφαρμογής της μελέτης σε ολόκληρο τον τραπεζικό τομέα.

Οι θετικές πτυχές της ποσοτικής ανάλυσης είναι οι εξής (Παρασκευόπουλος 1993, Robson, 2010):

- **Ακρίβεια:** Η ποσοτική ανάλυση επιτρέπει την ακριβή μέτρηση των μεταβλητών, επιτρέποντας την ακριβή ποσοτικοποίηση των συμπεριφορών, των προτιμήσεων και των επιπέδων ικανοποίησης των χρηστών όσον αφορά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες.
- **Συγκρισιμότητα:** Η τυποποιημένη μορφή των ερωτήσεων κλειστού τύπου διευκολύνει τη σύγκριση μεταξύ διαφορετικών δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών ομάδων, αναδεικνύοντας διακριτά πρότυπα και προτιμήσεις στη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής.
- **Εμπειρικά στοιχεία:** Η συλλογή εμπειρικών δεδομένων μέσω ποσοτικών μεθόδων παρέχει στέρεες αποδείξεις για την υποστήριξη ή τη διάψευση των ερευνητικών υποθέσεων, συμβάλλοντας στο σύνολο των γνώσεων σχετικά με την εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής.
- **Υποστήριξη στη λήψη αποφάσεων:** Τα ευρήματα της ποσοτικής ανάλυσης προσφέρουν πολύτιμες γνώσεις για τις διοικήσεις των τραπεζών και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής, καθοδηγώντας τις στρατηγικές αποφάσεις για την ενίσχυση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών και της ικανοποίησης των πελατών.

Συμπερασματικά, η υιοθέτηση ποσοτικής ερευνητικής μεθοδολογίας, που χαρακτηρίζεται από τη χρήση ερωτήσεων κλειστού τύπου, δικαιολογείται για τη μελέτη της εφαρμογής της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα από πελατοκεντρική σκοπιά. Η προσέγγιση αυτή παρέχει το απαραίτητο πλαίσιο για την αντικειμενική συλλογή δεδομένων, την αυστηρή ανάλυση και την εξαγωγή αξιοποιήσιμων γνώσεων,

συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην κατανόηση των προτύπων υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής από τους Έλληνες πελάτες λιανικής.

## 4.2 Σχεδιασμός έρευνας

Ο σχεδιασμός της έρευνας είναι ένα κρίσιμο στοιχείο της μεθοδολογίας της ποσοτικής έρευνας, που επιλέχθηκε για την αποτελεσματικότητά του στη συλλογή δεδομένων από μεγάλο αριθμό ερωτηθέντων σε εύλογο χρονικό διάστημα. Ο σχεδιασμός αυτός διευκολύνει τη μέτρηση των στάσεων, των συμπεριφορών, των εμπειριών και των προτιμήσεων των ερωτηθέντων σχετικά με τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες.

### Δομή της έρευνας

- i. Ανάπτυξη ερωτηματολογίου: Η έρευνα αποτελείται από ένα δομημένο ερωτηματολόγιο με ερωτήσεις κλειστού τύπου, σχεδιασμένες για τη συλλογή ποσοτικοποιήσιμων δεδομένων σχετικά με διάφορες πτυχές της ψηφιακής τραπεζικής. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει δημογραφικές ερωτήσεις για την τμηματοποίηση των απαντήσεων ανάλογα με την ηλικία, το φύλο, το επίπεδο εισοδήματος και τις τραπεζικές συνήθειες, ακολουθούμενες από συγκεκριμένα στοιχεία που αξιολογούν τη συχνότητα χρήσης, τις προτιμήσεις, τα επίπεδα ικανοποίησης και τα αντιληπτά εμπόδια στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής.
- ii. Ερωτήσεις κλίμακας Likert: Για τη μέτρηση των στάσεων και των αντιλήψεων, πολλές ερωτήσεις χρησιμοποιούν κλίμακα Likert, επιτρέποντας στους ερωτηθέντες να εκφράσουν το επίπεδο συμφωνίας ή διαφωνίας τους με δηλώσεις σχετικά με τη χρησιμότητα, την ευκολία χρήσης, την ασφάλεια και τη συνολική ικανοποίηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.
- iii. Επιλογή δείγματος: Η μελέτη χρησιμοποιεί την προσέγγιση δειγματοληψίας ευκολίας, επιλέγοντας αρχικά τους συμμετέχοντες με βάση την προσβασιμότητα και την προθυμία τους να συμμετάσχουν. Η μέθοδος αυτή επιτρέπει την ταχεία συλλογή δεδομένων, απαραίτητη για την έγκαιρη εκτέλεση της έρευνας (Robson, 2010). Ωστόσο, αναγνωρίζοντας τους περιορισμούς που είναι εγγενείς στη δειγματοληψία ευκολίας, η μελέτη χρησιμοποιεί περαιτέρω μια στρατηγική δειγματοληψίας χιονοστιβάδας για τον εμπλουτισμό της ποικιλομορφίας του δείγματος. Οι συμμετέχοντες ενθαρρύνονται να παραπέμπουν την έρευνα σε άλλους δυνητικούς

συμμετέχοντες στα κοινωνικά και επαγγελματικά τους δίκτυα, διευρύνοντας την εμβέλεια πέρα από το αρχικό δείγμα ευκολίας. Αυτή η προσέγγιση αποσκοπεί στο να μετριάσει ορισμένες από τις προκαταλήψεις που συνδέονται με τη δειγματοληψία ευκολίας, ενσωματώνοντας ένα ευρύτερο δημογραφικό και κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο των ερωτηθέντων (Cresswell, 2014) και διευκολύνοντας τη συλλογή δεδομένων από μια ευρύτερη κατατομή του πληθυσμού, ενισχύοντας τη συνάφεια της μελέτης και τη δυνατότητα εφαρμογής των συμπερασμάτων της στο γενικό πληθυσμό των χρηστών ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα.

- iv. Διανομή: Η έρευνα διανέμεται ηλεκτρονικά, αξιοποιώντας την εκτεταμένη εμβέλεια και προσβασιμότητα των ηλεκτρονικών πλατφορμών. Αυτός ο τρόπος διανομής εξασφαλίζει ευρεία διάδοση στο δημογραφικό κοινό-στόχο των πελατών λιανικής τραπεζικής στην Ελλάδα, διευκολύνοντας τη συμμετοχή ενός ποικίλου και αντιπροσωπευτικού δείγματος.

Συνοψίζοντας, ο σχεδιασμός της έρευνας, που χαρακτηρίζεται από τη δομημένη προσέγγισή της και τον συνδυασμό δειγματοληψίας ευκολίας και δείγματος χιονοστοιβάδας αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της ερευνητικής μεθοδολογίας. Εξασφαλίζει τη συλλογή πολύτιμων, υψηλής ποιότητας δεδομένων σε ένα ευρύ φάσμα του πληθυσμού, επιτρέποντας μια ολοκληρωμένη ανάλυση της εφαρμογής και του αντίκτυπου της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα. Αυτός ο σχεδιασμός είναι καθοριστικός για την επίτευξη των στόχων της μελέτης, παρέχοντας πληροφορίες σχετικά με τις αντιλήψεις, τις συμπεριφορές και τις προτιμήσεις των πελατών όσον αφορά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες.

#### 4.3 Ερευνητικά ερωτήματα

Με βάση τη μεθοδολογία και τους στόχους που περιεγράφηκαν, τα ερευνητικά ερωτήματα της μελέτης είναι τα εξής:

1. Ποια είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών των ελληνικών τραπεζών σε σχέση με τη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής;
2. Πώς οι τρέχουσες τραπεζικές συμπεριφορές και προτιμήσεις των Ελλήνων τραπεζικών πελατών επηρεάζουν την αποδοχή και τη χρήση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών;



3. Ποιο είναι το επίπεδο ευαισθητοποίησης, αποδοχής και ικανοποίησης που έχουν οι πελάτες σχετικά με τις διάφορες ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα;
4. Πόσο σημαντικές θεωρούν οι συμμετέχοντες τις διάφορες υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής.
5. Κατά πόσο η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης επηρεάζει την τρέχουσα χρήση και την πρόθεση χρήσης των υπηρεσιών ψηφιακής τραπεζικής;
6. Πώς επηρεάζουν οι ανησυχίες για την ασφάλεια και οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι που συνδέονται με τις διάφορες ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες την υιοθέτηση από τους πελάτες;
7. Ποιος ο βαθμός ικανοποίησης των συμμετεχόντων από την πληροφόρηση και την υποστήριξη που παρέχει η τράπεζα για θέματα ψηφιακής τραπεζικής και ποια η επίδρασή της στην χρήση της ψηφιακής τραπεζικής;

#### 4.4 Μέθοδοι επεξεργασίας δεδομένων/στατιστικής ανάλυσης

Στην στατιστική επεξεργασία των δεδομένων θα χρησιμοποιηθεί το λογισμικό SPSS προσαρμόζοντας τις τεχνικές στη φύση των συλλεχθέντων δεδομένων και στους στόχους της έρευνας. για την εφαρμογή τόσο της περιγραφικής όσο και της επαγωγικής στατιστικής:

1. Περιγραφική στατιστική: Η ανάλυση θα ξεκινήσει με περιγραφική στατιστική, δίνοντας έμφαση στον υπολογισμό των ποσοστών για τη σύνοψη των απαντήσεων. Η μέθοδος αυτή είναι ιδιαίτερα χρήσιμη για την απεικόνιση της κατανομής των απαντήσεων σε διάφορες ερωτήσεις, όπως το ποσοστό των πελατών που χρησιμοποιούν διαφορετικούς τύπους ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών ή το ποσοστό των ερωτηθέντων που εκφράζουν διαφορετικά επίπεδα ικανοποίησης. Η προσέγγιση αυτή παρέχει μια σαφή, ποσοτικοποιήσιμη κατανόηση των δεδομένων της έρευνας, επιτρέποντας τον άμεσο εντοπισμό τάσεων και μοτίβων στο πλαίσιο των απαντήσεων των πελατών.

2. ANOVA (Analysis of Variance - ανάλυση διακύμανσης): Μετά την περιγραφική ανάλυση, η μελέτη θα χρησιμοποιήσει την ANOVA για επαγωγική στατιστική. Η επιλογή αυτή κατευθύνεται προς την αξιολόγηση του κατά πόσον υπάρχουν σημαντικές διαφορές στις απαντήσεις ανάλογα με τις ανεξάρτητες μεταβλητές του δείγματος, όπως μία ηλικιακή ομάδα ή το επίπεδο εισοδήματος. Η ANOVA επιλέγεται

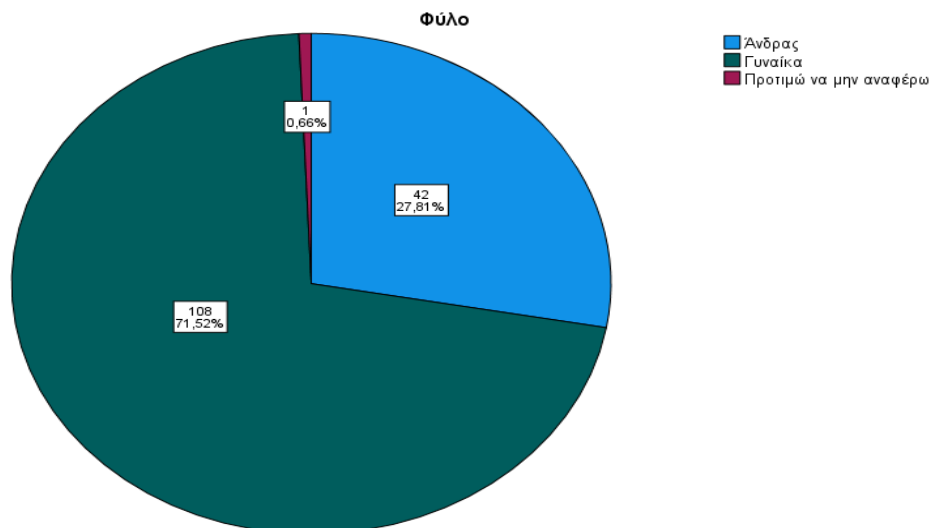
για την αποτελεσματικότητά της στη σύγκριση των μέσων όρων μεταξύ αυτών των κατηγοριών, ώστε να διαπιστωθεί εάν οι τυχόν παρατηρούμενες διαφορές είναι στατιστικά σημαντικές.

3. Τεστ  $\chi^2$ : Το τεστ  $\chi^2$  εφαρμόζεται προκειμένου να διαπιστωθεί εάν τα δεδομένα είναι ανεξάρτητα μεταξύ τους (μηδενική υπόθεση) ή, εάν αντιθέτως, υπάρχει σχέση μεταξύ τους (Αναστασιάδου, 2012). Το συγκεκριμένο τεστ χρησιμοποιείται συμπληρωματικά, στις περιπτώσεις που απαιτείται η διαπίστωση της σχέσης των κατηγοριών των απαντήσεων

## Κεφάλαιο 5. Ευρήματα

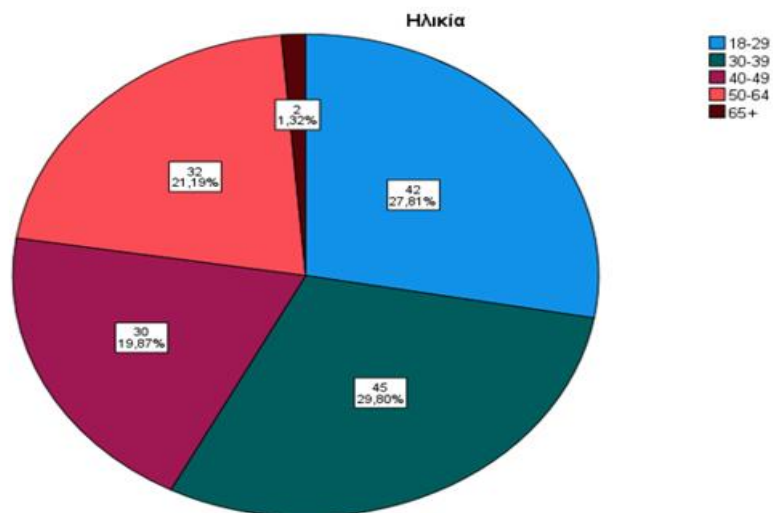
### 5.1 Δημογραφικά στοιχεία

Αναφορικά με το φύλο, 108 συμμετέχοντες είναι γυναίκες (71,52%), 42 είναι άνδρες (27,81%) και ένας συμμετέχων / συμμετέχουσα προτίμησε να μην αναφέρει.



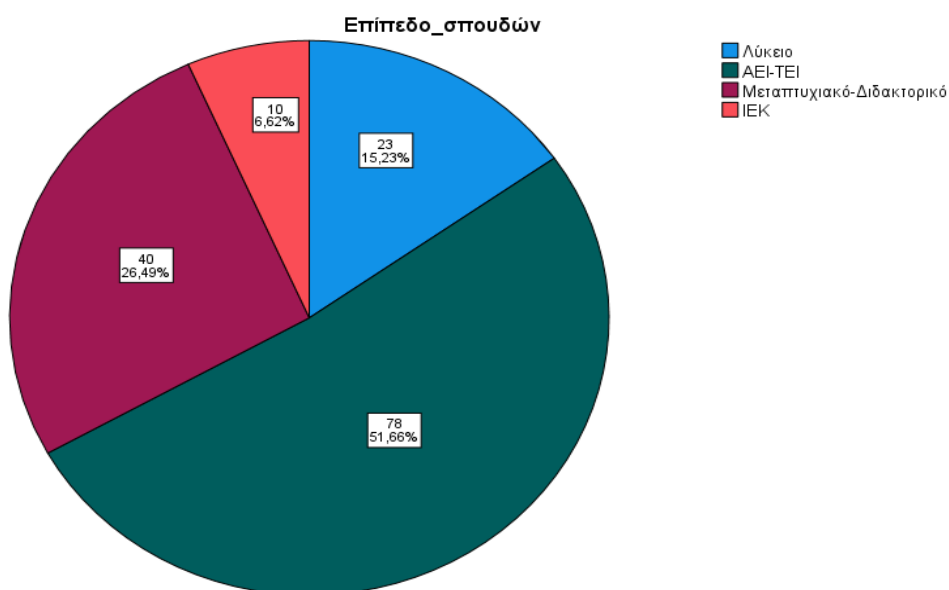
Γράφημα 1. Φύλο

Αναφορικά με την ηλικία, 42 συμμετέχοντες (27,82%) είναι από 18 έως 29 ετών, 45 (29,8%) είναι 30 έως 39 ετών, 30 (19,87%) είναι 40 έως 49 ετών, 32 (21,19%) από 50 έως 64 ετών και 2 (1,32%) είναι άνω των 65.



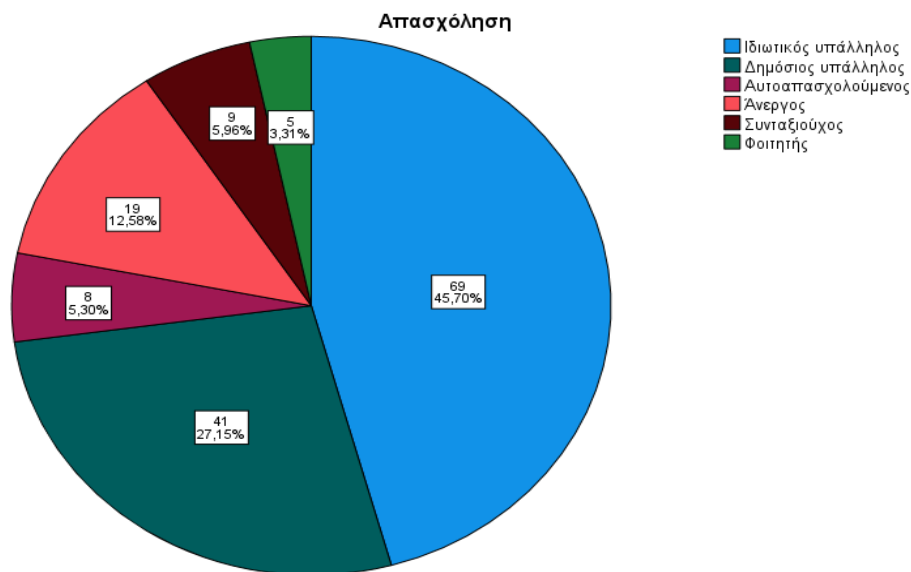
Γράφημα 2. Ηλικία

Αναφορικά με το επίπεδο σπουδών, 23 συμμετέχοντες (15,23%) είναι απόφοιτοι λυκείου, 78 (51,66%) είναι απόφοιτοι ΑΕΙ / ΤΕΙ, 40 (26,49%) έχουν μεταπτυχιακό / διδακτορικό και 10 (6,62%) είναι απόφοιτοι ΙΕΚ.



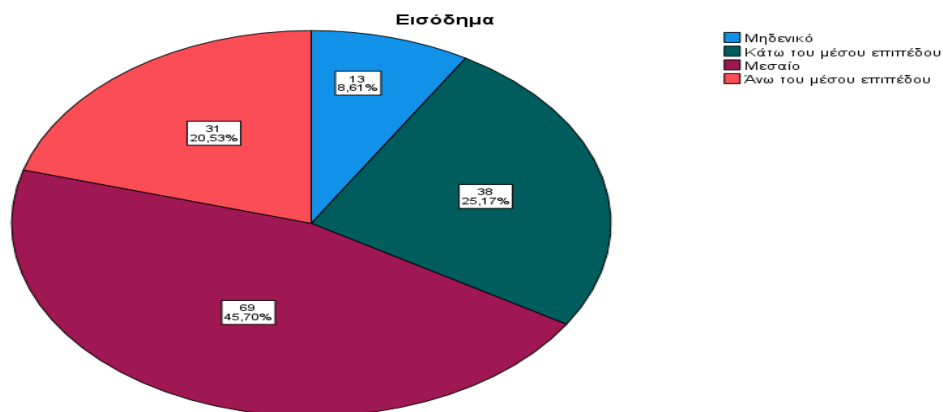
Γράφημα 3. Επίπεδο σπουδών

Όσον αφορά στην απασχόληση, 69 συμμετέχοντες (45,7%) είναι ιδιωτικοί υπάλληλοι, 41 (27,15%) δημόσιοι υπάλληλοι, 8 (5,3%) αυτοαπασχολούμενοι, 19 (12,58%) άνεργοι, 9 (5,96%) συνταξιούχοι και 5 (3,31%) φοιτητές.



Γράφημα 4. Απασχόληση

Αναφορικά με το εισόδημα, 13 συμμετέχοντες (8,61%) έχουν μηδενικό εισόδημα, 38 (25,17%) έχουν εισόδημα κάτω του μέσου επιπέδου, 69 (45,7%) έχουν μεσαίο επίπεδο εισοδήματος και 31 (20,53%) έχουν εισόδημα άνω του μέσου επιπέδου.



Γράφημα 5. Εισόδημα

Ο πίνακας των στοιχείων της περιγραφική στατιστικής για τα δημογραφικά δεδομένα είναι ο εξής:

	N	Ελάχιστη	Μέγιστη	Μέση τιμή	Τυπική απόκλιση
Φύλο	151	1,00	3,00	1,7285	0,46092
Ηλικία	151	1,00	5,00	2,3841	1,14228
Επίπεδο_σπουδών	151	1,00	4,00	2,2450	0,79134
Απασχόληση	151	1,00	6,00	2,1589	1,43802
Εισόδημα	151	1,00	4,00	2,7815	0,87097

Πίνακας 1. Στοιχεία περιγραφικής στατιστικής δημογραφικών δεδομένων

## 5.2 Πρώτο ερευνητικό ερώτημα

Αναφορικά με το πρώτο ερευνητικό ερώτημα του ποια είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των πελατών των ελληνικών τραπεζών σε σχέση με τη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής, διαπιστώνονται τα εξής:

Στην ερώτηση της συχνότητας χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, το 2,6% (N=4) των συμμετεχόντων δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση ΨΤΥ, ενώ 4% (N=6) κάνουν σπάνια χρήση. Αντιθέτως, το 24,5% (N=45) κάνουν συχνή χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών και το 39,1% (N=59) πολύ συχνή χρήση. Το 24,5% (N=37) των συμμετεχόντων κάνει χρήση ΨΤΥ μερικές φορές (Πίνακας 1).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Ποτέ	4	2,6
	Σπάνια	6	4,0
	Μερικές φορές	37	24,5
	Συχνά	45	29,8
	Πολύ συχνά	59	39,1
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 2. Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ

Προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο οι απαντήσεις διαφοροποιούνται ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, γίνεται ανάλυση διακύμανσης (ANOVA). Όπως καταγράφεται στον Πίνακα 2, η απασχόληση και το εισόδημα αποτελούν παραμέτρους διαφοροποίησης των απαντήσεων, με στατιστικά σημαντικό συντελεστή ( $p=0,000<0,05$  και  $p=0,004<0,05$  αντίστοιχα). Εξετάζοντας αυτές τις δύο παραμέτρους διαπιστώνεται ότι οι ιδιωτικοί υπάλληλοι και τα άτομα με υψηλότερο εισόδημα

χρησιμοποιούν τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες πολύ συχνότερα από τον μέσο όρο, ενώ αντιθέτως οι συνταξιούχοι και τα άτομα με χαμηλότερο εισόδημα τείνουν να χρησιμοποιούν πολύ λιγότερο τις ΨΤΥ.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	1,008	4	0,252	1,192	0,317
	Within Groups	30,859	146	0,211		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	8,897	4	2,224	1,738	0,145
	Within Groups	186,825	146	1,280		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	4,474	4	1,118	1,825	0,127
	Within Groups	89,460	146	0,613		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	48,900	4	12,225	6,831	0,000
	Within Groups	261,285	146	1,790		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	11,318	4	2,830	4,032	0,004
	Within Groups	102,470	146	0,702		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 3. ANOVA Συχνότητα χρήσης ΨΤΥ

Συνθέτοντας όλες τις παραπάνω ερωτήσεις, διαπιστώνεται ότι η συχνότητα της χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής διαφοροποιείται ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, χαμηλότερης εκπαιδευτικής βαθμίδας και όχι υψηλού εισοδήματος τείνουν να μην προτιμούν την ψηφιακή τραπεζική, ενώ αντιθέτως η μεγαλύτερη χρήση της ΨΤ καταγράφεται στις δημογραφικές κατηγορίες με υψηλότερο εισόδημα, νεότερη ηλικία και υψηλή εκπαιδευτική βαθμίδα.

### 5.3 Δεύτερο ερευνητικό ερώτημα

Στο δεύτερο ερώτημα εξετάζεται το πώς οι τρέχουσες τραπεζικές συμπεριφορές και προτιμήσεις των Ελλήνων τραπεζικών πελατών επηρεάζουν την αποδοχή και τη χρήση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Το πρώτο στοιχείο που θα πρέπει να εξεταστεί στο συγκεκριμένο ερευνητικό ερώτημα είναι η συχνότητα επίσκεψης στο τραπεζικό υποκατάστημα, αφού αυτή είναι η μέθοδος της παραδοσιακής τραπεζικής (ΠΤ), δηλαδή η μέθοδος που η ψηφιακή τραπεζική

καλείται να αντικαταστήσει. Μάλιστα, η τιμή p-value για το τεστ  $\chi^2$  είναι  $p=0,008<0,05$  (Πίνακας 3), υποδηλώνοντας ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ των μεταβλητών, δηλαδή η συχνότητα επίσκεψης στο τραπεζικό κατάστημα σχετίζεται αρνητικά με την συχνότητα χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής.

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	32,867 <sup>a</sup>	16	0,008

Πίνακας 4. Τεστ  $\chi^2$  Συχνότητα ΠΤ έναντι ΨΤ

Ως εκ τούτου, θα πρέπει να διαπιστωθούν οι παράμετροι που επιδρούν στην απόφαση των συμμετεχόντων να επισκέπτονται συχνότερα τα τραπεζικά υποκαταστήματα. Όπως καταγράφεται στον Πίνακα 4, το 4,6% (N=7) των συμμετεχόντων δεν επισκέπτεται ποτέ το τραπεζικό υποκατάστημα και η μεγάλη πλειοψηφία, με ποσοστό 58,3% (N=88) το επισκέπτεται σπάνια. Αντιθέτως, 1,3% (N=2) επισκέπτονται τραπεζικό υποκατάστημα πολύ συχνά και 4,6% (n=7) συχνά. Ένα επίσης μεγάλο ποσοστό 31,1 (N=47) επισκέπτεται υποκατάστημα μερικές φορές.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Ποτέ	7	4,6
	Σπάνια	88	58,3
	Μερικές φορές	47	31,1
	Συχνά	7	4,6
	Πολύ συχνά	2	1,3
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 5. Επίσκεψη τραπεζικό κατάστημα

Από την ανάλυση διακύμανσης (Πίνακας 5) διαπιστώνεται ότι η ηλικία ( $p=0,048<0,05$ ) και η συχνότητα χρήσης ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών ( $p=0,001<0,05$ ) αποτελούν παράγοντες διαφοροποίησης των απαντήσεων. Συγκεκριμένα, τα άτομα νεότερης ηλικίας τείνουν να επισκέπτονται πολύ σπανιότερα το τραπεζικό υποκατάστημα, ενώ τα άτομα που δεν χρησιμοποιούν ΨΤΥ τείνουν να το επισκέπτονται συχνότερα.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	0,332	4	0,083	0,384	0,820
	Within Groups	31,536	146	0,216		

	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	12,357	4	3,089	2,460	0,048
	Within Groups	183,365	146	1,256		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	1,396	4	0,349	0,551	0,699
	Within Groups	92,538	146	0,634		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	10,326	4	2,581	1,257	0,290
	Within Groups	299,860	146	2,054		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	2,010	4	0,503	0,656	0,623
	Within Groups	111,778	146	0,766		
	Σύνολο	113,788	150			
Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ	Between Groups	18,118	4	4,529	4,797	0,001
	Within Groups	137,856	146	0,944		
	Σύνολο	155,974	150			

Πίνακας 6. ANOVA επίσκεψη σε τραπεζικό κατάστημα

Το επόμενο ερώτημα εξετάζει τη συχνότητα χρήσης υπηρεσιών τραπεζικής από τα ΑΤΜ. Το 5,3% (N=8) των συμμετεχόντων δεν έχουν κάνει ποτέ χρήση ΑΤΜ και το 29,1% (N=44) τα χρησιμοποιούν σπάνια. Το 35,8% (N=54) χρησιμοποιεί ΑΤΜ μερικές φορές, που είναι και το μεγαλύτερο ποσοστό μεταξύ των απαντήσεων, Στον αντίποδα, το 19,9% (N=30) χρησιμοποιεί συχνά τα ΑΤΜ και 9,9% (N=15) τα χρησιμοποιεί πολύ συχνά (Πίνακας 6).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Ποτέ	8	5,3
	Σπάνια	44	29,1
	Μερικές φορές	54	35,8
	Συχνά	30	19,9
	Πολύ συχνά	15	9,9
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 7. Χρήση ΑΤΜ



Από την ανάλυση διακύμανσης (Πίνακας 7) διαπιστώνεται ότι η ηλικία ( $p=0,005<0,05$ ), το επίπεδο σπουδών ( $p=0,024<0,05$ ), το εισόδημα ( $p=0,041<0,05$ ) και η συχνότητα επίσκεψης σε τραπεζικό κατάστημα ( $p=0,003<0,05$ ) αποτελούν τους παράγοντες διαφοροποίησης των απαντήσεων. Συγκεκριμένα, η νεότερη ηλικία, η υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης, το υψηλό επίπεδο εισοδήματος και η σπάνια επίσκεψη σε τραπεζικό κατάστημα είναι οι κατηγορίες που έχουν πολύ χαμηλότερη χρήση των ATM σε σχέση με τις άλλες κατηγορίες, ενώ, στον αντίποδα, τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, μεσαίου εισοδήματος και χαμηλότερου επιπέδου σπουδών επισκέπτονται συχνότερα το τραπεζικό υποκατάστημά και χρησιμοποιούν συχνότερα τα ATM.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	1,685	4	0,421	2,037	0,092
Ηλικία	Between Groups	19,079	4	4,770	3,942	0,005
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	6,907	4	1,727	2,897	0,024
Απασχόληση	Between Groups	3,841	4	0,960	0,458	0,767
Εισόδημα	Between Groups	7,468	4	1,867	2,564	0,041
Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ	Between Groups	7,456	4	1,864	1,832	0,126
Επίσκεψη τραπεζικό κατάστημα	Between Groups	7,827	4	1,957	4,181	0,003

Πίνακας 8. ANOVA χρήση ATM

Από την επισκόπηση όλων των παραπάνω απαντήσεων, διαπιστώνεται ότι η αποδοχή και χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών επηρεάζεται από την συχνότητα των επισκέψεων σε τραπεζικό υποκατάστημα και από την αξιολόγηση που έχουν οι συμμετέχοντες για τον βαθμό ενημέρωσής τους. Βασικές παράμετροι που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι οι δημογραφικοί παράγοντες της ηλικίας και του βαθμού εκπαίδευσης, αφού βάσει αυτών διαφοροποιείται η συχνότητα της χρήσης της ΠΤ και άρα επηρεάζεται η χρήση των ΨΤΥ.

#### 5.4 Τρίτο ερευνητικό ερώτημα

Το τρίτο ερευνητικό ερώτημα εξετάζει το επίπεδο ευαισθητοποίησης, αποδοχής και ικανοποίησης που έχουν οι πελάτες σχετικά με τις διάφορες ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες στην Ελλάδα.

Η πρώτη ερώτηση του συγκεκριμένου ερευνητικού ερωτήματος διερευνά το πόσο πρόθυμοι είναι οι συμμετέχοντες να δοκιμάσουν νέες ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες όταν αυτές καθίστανται διαθέσιμες. Το 6,6% (N=10) βαθμολογούν την προθυμία τους με 1, δηλώνοντας, ουσιαστικά, μηδενική προθυμία. Χαμηλή προθυμία δηλώνει το 13,2% (N=20), ενώ μέτρια προθυμία δηλώνει το 34,4%. Αντιθέτως, με 4 στα 5 βαθμολογούν την προθυμία τους το 25,8%, ενώ το 19,9% (N=30) δηλώνουν τη μέγιστη προθυμία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	10	6,6
	2	20	13,2
	3	52	34,4
	4	39	25,8
	5	30	19,9
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 9. Προθυμία χρήσης ψηφιακών ΤΥ

Όπως διαπιστώνεται από την ανάλυση διακύμανσης, οι απαντήσεις δεν διαφοροποιούνται από κανένα δημογραφικό χαρακτηριστικό (όλα τα  $p > 0.05$ ).

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	1,266	4	0,317	1,510	0,202
Ηλικία	Between Groups	5,609	4	1,402	1,077	0,370
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	2,365	4	0,591	0,943	0,441
Απασχόληση	Between Groups	12,835	4	3,209	1,576	0,184
Εισόδημα	Between Groups	1,051	4	0,263	0,340	0,850

Πίνακας 10. ANOVA Προθυμία χρήσης ψηφιακών ΤΥ

Αναφορικά με το πόσο εύχρηστη θεωρούν οι συμμετέχοντες την ψηφιακή τραπεζική σε σύγκριση με την παραδοσιακή τραπεζική, το 3,3% (N=5) την βαθμολογούν με ουσιαστικά μηδενική ευχρηστία, ενώ το 4% (N=6) δίνει πολύ χαμηλή βαθμολογία. Το 29,1% δίνει στην ευχρηστία βαθμολογία 3 στα 5. Το 30,5% (N=46) δίνει υψηλή βαθμολογία, ενώ το 33,1% (N=50) βαθμολογεί την ευχρηστία της ΨΤ απολύτως μεγαλύτερη από την παραδοσιακή τραπεζική.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	5	3,3
	2	6	4,0
	3	44	29,1
	4	46	30,5
	5	50	33,1
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 11. Ευχρηστία ψηφιακής τραπεζικής

Η ανάλυση ANOVA δείχνει ότι οι απαντήσεις διαφοροποιούνται ανάλογα με το φύλο ( $p=0.02<0.05$ ) και την ηλικία ( $p=0.012<0.05$ ), με τις γυναίκες και τα άτομα νεότερων ηλικιών να δίνουν υψηλότερη βαθμολογία στην ευχρηστία της ψηφιακής τραπεζικής.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	2,435	4	0,609	3,019	0,020
	Within Groups	29,433	146	0,202		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	16,368	4	4,092	3,331	0,012
	Within Groups	179,354	146	1,228		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	2,827	4	0,707	1,133	0,344
	Within Groups	91,107	146	0,624		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	10,546	4	2,636	1,285	0,279
	Within Groups	299,640	146	2,052		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	1,562	4	0,391	0,508	0,730
	Within Groups	112,226	146	0,769		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 12. ANOVA Ευχρηστία ψηφιακής τραπεζικής

Η επόμενη ερώτηση εξετάζει την προθυμία των συμμετεχόντων για πλήρη μετάβαση στην ψηφιακή τραπεζική, εξαλείφοντας την ανάγκη για προσωπική τραπεζική. 13,2% (N=20) δηλώνει, ουσιαστικά, πλήρη απροθυμία, δίνοντας την χαμηλότερη βαθμολογία, ενώ το 16,6% (N=10,6) επίσης δηλώνουν πολύ χαμηλή προθυμία. Μεγάλη και απόλυτη προθυμία δηλώνει το 33,2% ( $16,6\%+16,6\%$ ,  $N=25+25=50$ ), ενώ το 43% (N=65) δηλώνουν αρκετά πρόθυμοι για πλήρη μετάβαση.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	20	13,2
	2	16	10,6
	3	65	43,0
	4	25	16,6
	5	25	16,6
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 13. Προθυμία πλήρους μετάβασης

Η ανάλυση διακύμανσης δείχνει ότι οι απαντήσεις δεν διαφοροποιούνται ανάλογα με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά (όλα τα  $p > 0,05$ )

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	1,126	4	0,282	1,337	0,259
	Within Groups	30,742	146	0,211		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	7,700	4	1,925	1,495	0,207
	Within Groups	188,022	146	1,288		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	3,765	4	0,941	1,524	0,198
	Within Groups	90,168	146	0,618		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	16,386	4	4,097	2,036	0,092
	Within Groups	293,799	146	2,012		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	5,344	4	1,336	1,799	0,132
	Within Groups	108,444	146	0,743		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 14. ANOVA Προθυμία πλήρους μετάβασης

## 5.5 Τέταρτο ερευνητικό ερώτημα

Το τέταρτο ερευνητικό ερώτημα εξετάζει πόσο σημαντικές θεωρούν οι συμμετέχοντες τις διάφορες υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής.

Η μεταφορά χρημάτων θεωρείται ως πολύ σημαντική υπηρεσία ΨΤ από το 36,4% (N=55) των συμμετεχόντων, ενώ μόνο το 1,3% την θεωρεί ως καθόλου σημαντική και το 3,3% ως λίγο σημαντική υπηρεσία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου σημαντικό	2	1,3
	Λίγο σημαντικό	5	3,3
	Αρκετά σημαντικό	52	34,4
	Πολύ σημαντικό	37	24,5
	Απολύτως σημαντικό	55	36,4
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 15. Μεταφορά χρημάτων

Η ενημέρωση λογαριασμού θεωρείται ως απολύτως σημαντική υπηρεσία ΨΤ από το 42,4% (N=64) και ως πολύ σημαντική από το 25,2% (N=38) των συμμετεχόντων, ενώ μόνο το 7,9% την θεωρεί ως καθόλου σημαντική και λίγο σημαντική υπηρεσία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου σημαντικό	2	1,3
	Λίγο σημαντικό	8	5,3
	Αρκετά σημαντικό	39	25,8
	Πολύ σημαντικό	38	25,2
	Απολύτως σημαντικό	64	42,4
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 16. Ενημέρωση λογαριασμού

Οι πληρωμές λογαριασμών θεωρείται ως απολύτως σημαντική υπηρεσία ΨΤ από το 33,8% (N=51) και ως πολύ σημαντική από το 28,5% (N=43) των συμμετεχόντων, ενώ μόνο το 7,3% την θεωρεί ως καθόλου σημαντική και λίγο σημαντική υπηρεσία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου σημαντικό	1	0,7
	Λίγο σημαντικό	9	6,0

	Αρκετά σημαντικό	47	31,1
	Πολύ σημαντικό	43	28,5
	Απολύτως σημαντικό	51	33,8
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 17. Πληρωμή λογαριασμών

Οι αιτήσεις καρτών και δανείων θεωρείται ως πολύ σημαντική και απολύτως σημαντική υπηρεσία ΨΤ από το 42% (N=64) και ως πολύ σημαντική από το 31,7% (N=28+20=48) των συμμετεχόντων, ενώ το 49% (16+42= 58) την θεωρεί ως καθόλου σημαντική και λίγο σημαντική υπηρεσία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου σημαντικό	16	10,6
	Λίγο σημαντικό	42	27,8
	Αρκετά σημαντικό	45	29,8
	Πολύ σημαντικό	28	18,5
	Απολύτως σημαντικό	20	13,2
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 18. Αιτήσεις δανείων καρτών

## 5.6 Πέμπτο ερευνητικό ερώτημα

Το πέμπτο ερευνητικό ερώτημα εξετάζει το κατά πόσο επηρεάζει η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα συγκεκριμένων ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών την πρόθεση των πελατών να χρησιμοποιήσουν αυτές τις υπηρεσίες.

Προκειμένου να απαντηθεί το ερώτημα αρχικά θα πρέπει να αποτυπωθεί η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα της ψηφιακής τραπεζικής και μάλιστα σε σύγκριση με την παραδοσιακή τραπεζική. Η διαπίστωση της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας γίνεται δια μέσου μιας σειράς ερωτήσεων, με πρώτη την ερώτηση του κατά πόσο οι συμμετέχοντες συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι η ψηφιακή τραπεζική απλοποιεί δραστηριότητες όπως οι πληρωμές λογαριασμών και η διαχείριση λογαριασμών. Το 2,6% (N=4) διαφωνεί απολύτως και το 2% (N=3) διαφωνεί, ενώ το 13,9% (N=21) ούτε συμφωνεί, οπότε διαφωνεί. Αντιθέτως, η συντριπτική πλειοψηφία συμφωνεί (39,7%, N=60) και συμφωνεί απολύτως (47,1%, N=63).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Διαφωνώ απολύτως	4	2,6
	Διαφωνώ	3	2,0
	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	21	13,9
	Συμφωνώ	60	39,7
	Συμφωνώ απολύτως	63	41,7
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 19. Απλοποίηση τραπεζικών εργασιών

Η ανάλυση διακύμανσης δείχνει ότι οι απαντήσεις δεν διαφοροποιούνται μεταξύ των δημογραφικών χαρακτηριστικών (Πίνακας 19).

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	1,765	4	0,441	2,140	0,079
	Within Groups	30,102	146	0,206		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	7,459	4	1,865	1,446	0,222
	Within Groups	188,263	146	1,289		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	4,597	4	1,149	1,878	0,117
	Within Groups	89,337	146	0,612		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	15,827	4	3,957	1,963	0,103
	Within Groups	294,358	146	2,016		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	1,579	4	0,395	0,513	0,726
	Within Groups	112,210	146	0,769		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 20. ANOVA απλοποίηση τραπεζικών εργασιών

Η δεύτερη ερώτηση εξετάζει κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν με το ότι η ψηφιακή τραπεζική έχει διευκολύνει την οικονομικής τους διαχείριση. Το 3,3% (N=5) διαφωνεί απολύτως και το 7,3% (N=11) διαφωνεί, ενώ το 19,2% (N=29) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί. Η μεγάλη πλειοψηφία συμφωνεί (41,7%, N=63) και συμφωνεί απολύτως (28,5%, N=43).

Συχνότητα (N)	Ποσοστό
------------------	---------

Έγκυρες απαντήσεις	Διαφωνώ απολύτως	5	3,3
	Διαφωνώ	11	7,3
	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	29	19,2
	Συμφωνώ	63	41,7
	Συμφωνώ απολύτως	43	28,5
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 21. Βελτίωση οικονομικής διαχείρισης

Η ανάλυση διακύμανσης (Πίνακας 21) δείχνει ότι οι απαντήσεις διαφοροποιούνται ανάλογα με την απασχόληση ( $p=0,03<005$ ) καθώς οι ιδιωτικοί υπάλληλοι τείνουν να συμφωνούν σε μεγαλύτερο βαθμό.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	0,835	4	0,209	0,982	0,419
	Within Groups	31,033	146	0,213		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	2,526	4	0,632	0,477	0,752
	Within Groups	193,195	146	1,323		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	5,392	4	1,348	2,223	0,069
	Within Groups	88,541	146	0,606		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	31,571	4	7,893	4,136	0,003
	Within Groups	278,615	146	1,908		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	3,004	4	0,751	0,990	0,415
	Within Groups	110,784	146	0,759		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 22. ANOVA βελτίωση οικονομικής διαχείρισης

Στην ερώτηση του κατά πόσο οι συμμετέχοντες θεωρούν την ψηφιακή τραπεζική χρησιμότερη από την παραδοσιακή τραπεζική, το 4% (N=6) διαφωνεί απολύτως και το 5,3% (N=8) διαφωνεί. 27,2% (N=41) ούτε συμφωνεί, ούτε διαφωνεί. Η συντριπτική πλειοψηφία συμφωνεί (41,1%, N=62) και συμφωνεί απολύτως (25,5%, N=34) (Πίνακας 22).

	Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Διαφωνώ απολύτως	6	4,0



Έγκυρες απαντήσεις	Διαφωνώ	8	5,3
	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	41	27,2
	Συμφωνώ	62	41,1
	Συμφωνώ απολύτως	34	22,5
	Total	151	100,0

Πίνακας 23. ΨΤ χρησιμότερη από ΠΤ

Η ανάλυση διακύμανσης δείχνει ότι οι απαντήσεις δεν διαφοροποιούνται μεταξύ των διαφόρων δημογραφικών χαρακτηριστικών (όλα τα  $p > 0,05$ ) (Πίνακας 23).

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	0,094	4	0,023	0,108	0,980
	Within Groups	31,774	146	0,218		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	2,456	4	0,614	0,464	0,762
	Within Groups	193,266	146	1,324		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	1,330	4	0,333	0,524	0,718
	Within Groups	92,603	146	0,634		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	9,175	4	2,294	1,113	0,353
	Within Groups	301,011	146	2,062		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	3,891	4	0,973	1,292	0,276
	Within Groups	109,898	146	0,753		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 24. ANOVA ΨΤ χρησιμότερη από ΠΤ

Εφόσον διαπιστώθηκε ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων θεωρεί ότι η ψηφιακή τραπεζική έχει πολύ μεγάλη χρησιμότητα και μάλιστα μεγαλύτερη από την παραδοσιακή τραπεζική, θα πρέπει να διαπιστωθεί το κατά πόσο η αντίληψη αυτή επιδρά στην πρόθεση των πελατών να χρησιμοποιήσουν αυτές τις υπηρεσίες. Όπως διαπιστώνεται από το τεστ  $\chi^2$  (Πίνακας 24) και οι τρεις παράμετροι της αντιλαμβανόμενης χρησιμότητας έχουν άμεση, στατιστικά ισχυρότατη, σχέση με την πρόθεση χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής (όλα τα  $p = 0,00 < 0,05$ ).

	Value	df	Sig.
Απλοποίηση τραπεζικών εργασιών	60,982	16	0,000

Βελτίωση οικονομικής διαχείρισης	56,397	16	0,000
Χρησιμότερη από ΠΤ	45,348	16	0,000

Πίνακας 25. Τεστ  $\chi^2$ : Αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και πρόθεση χρήσης ΨΤ

## 5.6 Πέμπτο ερευνητικό ερώτημα

Το πέμπτο ερευνητικό ερώτημα εξετάζει το κατά πόσο η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης επηρεάζει την τρέχουσα χρήση και την πρόθεση χρήσης των υπηρεσιών ψηφιακής τραπεζικής.

Προκειμένου να απαντηθεί το ερώτημα, αρχικά θα πρέπει να διαπιστωθεί η αντιλαμβανόμενη ευκολία πλοήγησης στο ψηφιακό περιβάλλον της τράπεζας. Επ' αυτού, το 2,6% (N=4) θεωρεί ως καθόλου εύκολη την πλοήγηση, 10,6% (N=16) λίγο εύκολη, και το 34,4% (N=52) αρκετά εύκολη. Αντιθέτως, το 30,5% (N=46) θεωρεί την πλοήγηση εύκολη και το 21.9% (N=33) πάρα πολύ εύκολη (Πίνακας 25).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	4	2,6
	Λίγο	16	10,6
	Αρκετά	52	34,4
	Πολύ	46	30,5
	Πάρα πολύ	33	21,9
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 26. Εύκολη πλοήγηση

Αναφορικά με την ευκολία χρήσης, το 5,3% (N=8) θεωρεί ως καθόλου εύκολη την χρήση, 19,2% (N=29) λίγο εύκολη, και το 29,8% (N=45) αρκετά εύκολη. Το 33,1% (N=50) θεωρεί την χρήση εύκολη και το 12,6% (N=19) πάρα πολύ εύκολη (Πίνακας 26).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	8	5,3
	Λίγο	29	19,2
	Αρκετά	45	29,8
	Πολύ	50	33,1
	Πάρα πολύ	19	12,6
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 27. Άνετη χρήση

Όσον αφορά το ότι η ψηφιακή τραπεζική είναι ευκολότερη από την παραδοσιακή τραπεζική, το 2% (N=4) θεωρεί δίνει την χαμηλότερη βαθμολογία, ενώ το 9,9 (N=15) δίνει χαμηλή βαθμολογία. Το 34,4% (N=52) δίνει μέτρια βαθμολογία, ενώ υψηλή βαθμολογία 8δίνεται 28,5% (N=43) και απολύτως συμφωνεί το 25,2% (N=38) (Πίνακας 27).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	3	2,0
	2	15	9,9
	3	52	34,4
	4	43	28,5
	5	38	25,2
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 28. Ευκολότερη από ΠΤ

Η ανάλυση διακύμανσης δείχνει ότι οι απαντήσεις διαφοροποιούνται ανάλογα με την ηλικία ( $p=0,004<0,05$ ), με τις νεότερες ηλικίες να τείνουν να συμφωνούν περισσότερο (Πίνακας 28).

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	2,121	4	0,530	2,603	0,038
	Within Groups	29,746	146	0,204		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	19,651	4	4,913	4,074	0,004
	Within Groups	176,070	146	1,206		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	3,595	4	0,899	1,453	0,220
	Within Groups	90,339	146	0,619		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	18,806	4	4,701	2,356	0,056
	Within Groups	291,380	146	1,996		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	1,801	4	0,450	0,587	0,673
	Within Groups	111,987	146	0,767		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 29. ANOVA, Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και πρόθεση χρήσης ΨΤ

Όπως διαπιστώνεται από το τεστ  $\chi^2$ , η αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης έχει απολύτως ισχυρή σχέση με την πρόθεση χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής (Πίνακας 29) όσο και με την τρέχουσα συχνότητα χρήσης (Πίνακας 30).

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	103,931	16	0,000

Πίνακας 30. Τεστ  $\chi^2$ : Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και πρόθεση χρήσης ΨΤ

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	85,396	16	0,000

Πίνακας 31. Τεστ  $\chi^2$  Αντιλαμβανόμενη ευκολία χρήσης σε σχέση με ΠΤ και τρέχουσα συχνότητα χρήσης ΨΤ

Η επόμενη ερώτηση αφορά στην αυτοπεποίθηση των συμμετεχόντων όταν χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες ψηφιακής τραπεζικής. 4% (N=6) δεν έχουν καθόλου αυτοπεποίθηση, ενώ το 59,6% (N=90) έχουν μικρή αυτοπεποίθηση. Στον αντίποδα, 27,2% (N=41) έχουν μεγάλη αυτοπεποίθηση και 9,3% (N=14) έχουν πλήρη αυτοπεποίθηση.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	6	4,0
	Μικρή	90	59,6
	Μεγάλη	41	27,2
	Πλήρη	14	9,3
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 32. Αυτοπεποίθηση χρήσης ΨΤ

Από την ανάλυση διακύμανσης (Πίνακας 32) διαπιστώνεται ότι το επίπεδο σπουδών ( $p=0,010<0,05$ ) και η απασχόληση ( $p=0,000<0,05$ ) αποτελούν παραμέτρους διαφοροποίησης, αφού τα άτομα με υψηλότερο επίπεδο σπουδών και οι εργαζόμενοι τείνουν να έχουν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση.

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Φύλο	Between Groups	0,338	3	0,113	0,525	0,666
	Within Groups	31,530	147	0,214		
	Σύνολο	31,868	150			
Ηλικία	Between Groups	5,811	3	1,937	1,499	0,217
	Within Groups	189,911	147	1,292		
	Σύνολο	195,722	150			
Επίπεδο σπουδών	Between Groups	6,944	3	2,315	3,912	0,010
	Within Groups	86,989	147	0,592		
	Σύνολο	93,934	150			
Απασχόληση	Between Groups	35,322	3	11,774	6,297	0,000
	Within Groups	274,864	147	1,870		
	Σύνολο	310,185	150			
Εισόδημα	Between Groups	1,433	3	0,478	0,625	0,600
	Within Groups	112,355	147	0,764		
	Σύνολο	113,788	150			

Πίνακας 33. ANOVA Αυτοπεποίθηση χρήσης ΨΤ και πρόθεση χρήσης

Όπως διαπιστώνεται από το τεστ  $\chi^2$ , η αυτοπεποίθηση χρήσης έχει ισχυρότατη στατιστικά σχέση τόσο με την πρόθεση χρήσης, όσο και με την τρέχουσα χρήση της ψηφιακής τραπεζικής (όλα τα  $p=0,00<0,05$ ) (Πίνακας 33).

	Value	df	Sig.
Πρόθεση χρήσης ΨΤ	79,865	12	0,000
Τρέχουσα χρήση ΨΤ	78,798	12	0,000

Πίνακας 34. Τεστ  $\chi^2$  Αυτοπεποίθηση χρήσης και προτιθέμενη / ισχύουσα συχνότητα χρήσης ΨΤ

## 5.7 Έκτο ερευνητικό ερώτημα

Το έκτο ερευνητικό ερώτημα εξετάζει το πώς επηρεάζουν οι ανησυχίες για την ασφάλεια και οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι που συνδέονται με τις διάφορες ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες την υιοθέτηση από τους πελάτες.

Αναφορικά με το κατά πόσο έχει τύχει στους συμμετέχοντες να αντιμετωπίσουν θέματα / δυσκολίες κατά την εκτέλεση εργασιών ψηφιακής τραπεζικής, το 54,3% (N=82) απαντά θετικά, ενώ το 45,7% (N=69) απαντά αρνητικά.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Ναι	82	54,3
	Όχι	69	45,7
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 35. Ιστορικό δυσκολιών στη χρήση

Η επόμενη ερώτηση αφορά στο κατά πόσο οι συμμετέχοντες ένοιωσαν ικανοί να χειριστούν τα εν λόγω θέματα / δυσκολίες. Στην συγκεκριμένη ερώτηση δεν απάντησαν 47 άτομα. Από όσους απάντησαν, το 18,3 (N=3) δήλωσαν καθόλου ικανοί, 18,3% (N=19) λίγο ικανοί και 48,1% (N=50) αρκετά ικανοί. Αντιθέτως, 23,1% (N=24) δήλωσαν πολύ ικανοί και 7,7% (N=8) απολύτως ικανοί.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό	Έγκυρες απαντήσεις Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	3	2,0	2,9
	Λίγο	19	12,6	18,3
	Αρκετά	50	33,1	48,1
	Πολύ	24	15,9	23,1
	Απολύτως	8	5,3	7,7
	Σύνολο	104	68,9	100,0
Χωρίς απάντηση		47	31,1	
Σύνολο		151	100,0	

Πίνακας 36. Ικανότητα αντιμετώπισης δυσκολιών

Στην επόμενη ερώτηση, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν από 1 έως 5, πώς θα αξιολογούσαν τις ικανότητές τους στη χρήση ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Η πλειοψηφία του 55% (40,4+14,6) αξιολογούν υψηλά τα ικανότητές τους, σε αντίθεση με το 8,6% (1,3+7,3) που δίνουν πολύ χαμηλή βαθμολογία.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	2	1,3
	2	11	7,3
	3	55	36,4
	4	61	40,4
	5	22	14,6
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 37. Αξιολόγηση ικανότητας χρήσης

Αναφορικά με το κατά πόσο οι συμμετέχοντες έχουν ανησυχία για θέματα ασφαλείας, το 2,6% (N=4) δεν έχει καθόλου ανησυχία και το 15,2% (N=23) έχει λίγη ανησυχία. Στο αντίποδα, 17,2% (N=26) έχει μεγάλη ανησυχία και 24,5% (N=37) πολύ μεγάλη ανησυχία. Το 40,4% (N=61) δηλώνει ότι είναι αρκετά ανήσυχο.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	4	2,6
	Λίγο	23	15,2
	Αρκετά	61	40,4
	Πολύ	26	17,2
	Πάρα πολύ	37	24,5
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 38. Ανησυχία ασφαλείας

Από τους συμμετέχοντες, το 16,6% (N=25) έχουν βιώσει περιστατικό παραβίασης ασφαλείας στην ψηφιακή τραπεζική, σε αντίθεση με το 83,4% (N=126).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Ναι	25	16,6
	Όχι	126	83,4
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 39. Ιστορικό παραβίασης

Το 2% δεν έχουν καθόλου εμπιστοσύνη και το 23,8% μικρή εμπιστοσύνη στην ψηφιακή ασφάλεια, ενώ το 15,9% έχει μεγάλη και το 1,3% πάρα πολύ μεγάλη %, εμπιστοσύνη. Η πλειοψηφία, κατά 57% έχει αρκετή εμπιστοσύνη.

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	Καθόλου	3	2,0
	Λίγο	36	23,8
	Αρκετά	86	57,0
	Πολύ	24	15,9
	Πάρα πολύ	2	1,3
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 40. Εμπιστοσύνη ψηφιακής ασφαλείας

Αναφορικά με το κατά πόσο έχετε αντιμετωπίσει/ δυσκολίες κατά τη χρήση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, η μεγαλύτερη αναφορά προβλημάτων αφορά στην ταχύτητα σύνδεσης (9,90%) και την αποτυχία εισόδου (9,30%), ενώ σπανιότερα προβλήματα καταγράφονται στην διακοπή / παύση της σύνδεσης (6,60%) και στην αδυναμία αλλαγής κωδικών (7,3%) (Πίνακας 40).

	Ποτέ / Σπάνια	Μερικές φορές	Συχνά / Πολύ συχνά
Προβλήματα ταχύτητας σύνδεσης	61,60	28,50	9,90
Αποτυχία εισόδου	54,30	36,40	9,30
Μπλοκάρισμα λογαριασμού	71,50	19,90	8,60
Δυσκολία πλοήγησης	74,10	17,90	7,90
Αδυναμία εκτέλεσης συναλλαγής	73,60	18,50	7,90
Αδυναμία αλλαγής κωδικών	82,80	9,90	7,30
Διακοπή / παύση σύνδεσης	61,60	31,80	6,60

Πίνακας 41. Αναφορές δυσκολιών ψηφιακής τραπεζικής

Από το τεστ  $\chi^2$  διαπιστώνεται ότι η ανησυχία ασφάλειας έχει στατιστικά σημαντική σχέση με τη συχνότητα χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής, καθώς όσο μεγαλύτερος ο βαθμός ανησυχίας τόσο μικρότερη και η συχνότητα χρήσης (Πίνακας 41).

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	26,279	16	0,050

Πίνακας 42. Τεστ  $\chi^2$ , Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ και Ανησυχία ασφάλειας

Επίσης, από το τεστ  $\chi^2$  διαπιστώνεται ότι η εμπιστοσύνη στην ψηφιακή ασφάλεια έχει στατιστικά σημαντική σχέση με τη συχνότητα χρήσης της ψηφιακής τραπεζικής, καθώς όσο μεγαλύτερος ο βαθμός εμπιστοσύνης, τόσο τόσο μεγαλύτερη και η συχνότητα χρήσης (Πίνακας 42).



	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	29,996	16	0,018

Πίνακας 43. Τεστ  $\chi^2$ , Συχνότητα χρήσης ψηφιακών ΤΥ και Εμπιστοσύνη ψηφιακής ασφάλειας

## 5.8 Έβδομο ερευνητικό ερώτημα

Το έβδομο και τελευταίο ερευνητικό ερώτημα αφορά στον βαθμό ικανοποίησης των συμμετεχόντων από την πληροφόρηση και την υποστήριξη που παρέχει η τράπεζα για θέματα ψηφιακής τραπεζικής.

Αρχικά, θα πρέπει να διαπιστωθεί το κατά πόσο η ενημέρωση σχετίζεται με τη χρήση της ψηφιακής τραπεζικής. Όπως καταγράφεται στον Πίνακα 43 από το τεστ  $\chi^2$  προκύπτει ότι υπάρχει σχέση μεταξύ των δύο παραμέτρων ( $p=0,048<0,05$ ), δηλαδή ο μεγαλύτερος βαθμός ενημέρωσης για τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες σχετίζεται με μεγαλύτερο βαθμό χρήσης τους.

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	26,422 <sup>a</sup>	16	0,048

Πίνακας 44. Τεστ  $\chi^2$  Βαθμός ενημέρωσης ΨΤΥ και συχνότητα χρήσης ΨΤΥ

Από το σύνολο του δείγματος, το 5,3% (N=8) βαθμολογεί την ενημέρωσή του με τον μικρότερο βαθμό, που μπορεί να θεωρηθεί ουσιαστικά ως μηδενική ενημέρωση, το 12,6% (N=19) αξιολογεί ότι έχει πολύ μικρή ενημέρωση και το 43,7% (N=66) θεωρεί ότι έχει μεσαίο βαθμό ενημέρωσης. Στο αντίποδα, το 13,2% (N=38) βαθμολογεί την ενημέρωσή του με 4/5, ενώ το 13,2% (N=20) θεωρεί ότι είναι απολύτως ενήμερο (Πίνακας 44).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	8	5,3
	2	19	12,6
	3	66	43,7
	4	38	25,2
	5	20	13,2
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 45. Βαθμός ενημέρωσης ΨΤΥ

Από την περιγραφή στατιστική (Πίνακας 45) διαπιστώνεται ότι ο μέσος όρος των απαντήσεων έχει τιμή 3,29, άρα βρίσκεται ελάχιστα πάνω από το να θεωρεί την ενημέρωσή του ως μέτρια, ενώ το εύρος των απαντήσεων είναι αρκετά υψηλό (TA=1,02).

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ενήμερος ψηφιακών ΤΥ	151	1,00	5,00	3,29	1,02

Πίνακας 46. Περιγραφική στατιστική βαθμού ενημέρωσης ΨΤΥ

Εφόσον διαπιστώθηκε ότι ο βαθμός που οι συμμετέχοντες θεωρούν ότι είναι ενήμεροι για τις ΨΤΥ σχετίζεται με την συχνότητα χρήσης τους, θα πρέπει να εξεταστεί το ποιες είναι οι πηγές από τις οποίες λαμβάνουν ενημέρωση. Η συχνότερη πηγή ενημέρωσης είναι το ενημερωτικό e-mail από την τράπεζα, με ποσοστό 36,7% (69,4% των συμμετεχόντων) ενώ ακολουθεί η ενημέρωση από την ιστοσελίδα της τράπεζας, με ποσοστό 22,5 (39,7% των συμμετεχόντων). Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης επίσης αποτελούν πηγή ενημέρωσης, ενώ ακολουθεί το συγγενικό και φιλικό περιβάλλον. Μικρότερη προτίμηση ως πηγή ενημέρωσης συγκεντρώνουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με ποσοστό 14,2% (25,2% των συμμετεχόντων).

		N	Ποσοστό	
InfoSources <sup>a</sup>	Ιστοσελίδα τράπεζας	60	22,5%	39,7%
	Ενημερωτικό email	98	36,7%	64,9%
	MME	39	14,6%	25,8%
	MΚΔ	30	11,2%	19,9%
	Φίλοι Συγγενείς	38	14,2%	25,2%
	Άλλη πηγή ενημέρωσης	2	0,7%	1,3%
Σύνολο		267	100,0%	176,8%

Πίνακας 47. Πηγές ενημέρωσης ΨΤΥ

Με βάση τα παραπάνω, μπορεί πλέον να γίνει ανάλυση του βαθμού ικανοποίησης από την πληροφόρηση. Η πλειοψηφία, με 50,3% δίνει μέτριο βαθμό ικανοποίησης. Το 1,3% (N=2) δίνει τον χαμηλότερο βαθμό ενώ και το 7,3% (N=11) δίνει πολύ μικρό βαθμό ικανοποίησης, Αντιθέτως, το 31,8% (N=48) δίνει υψηλή βαθμολογία και το 9,3% (N=14) δηλώνει πλήρως ικανοποιημένο (Πίνακας 47).

		Συχνότητα (N)	Ποσοστό
Έγκυρες απαντήσεις	1	2	1,3
	2	11	7,3
	3	76	50,3
	4	48	31,8
	5	14	9,3
	Σύνολο	151	100,0

Πίνακας 48. Ικανοποίηση από πληροφόρηση

Όπως διαπιστώνεται από το τεστ  $\chi^2$ , η ικανοποίηση από την πληροφόρηση έχει ισχυρότατη, στατιστικά σημαντική σχέση με τη συχνότητα χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών, άρα είναι παράμετρος ζωτικής σημασίας.

Chi-Square Tests

	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	51,611	16	0,000

Πίνακας 49. Τεστ  $\chi^2$  Ικανοποίηση από πληροφόρηση και χρήση ΨΤΥ

## Κεφάλαιο 6. Συμπεράσματα

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας σχετικά με την εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα, η παρούσα ενότητα αποσκοπεί στη σύνθεση των βασικών συμπερασμάτων με την υπάρχουσα βιβλιογραφία, τη θεωρία και την προηγούμενη έρευνα. Η έρευνα διερεύνησε συστηματικά διάφορες διαστάσεις της υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής από τους Έλληνες πελάτες, εστιάζοντας στα δημογραφικά χαρακτηριστικά, τις τραπεζικές συμπεριφορές, τα επίπεδα ευαισθητοποίησης και ικανοποίησης, τη σημασία των ψηφιακών υπηρεσιών, την αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και ευκολία χρήσης, τις ανησυχίες για την ασφάλεια και την ικανοποίηση από την πληροφόρηση.

Τα ευρήματα διαπιστώνουν σημαντικές διαφορές στην υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών με βάση δημογραφικά χαρακτηριστικά, όπως η κατάσταση απασχόλησης, το επίπεδο εισοδήματος, η ηλικία και η εκπαίδευση. Σύμφωνα με προηγούμενες έρευνες, τα υψηλότερα εισοδήματα, οι νεότερες ηλικιακές ομάδες και τα άτομα με υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο είναι πιο διατεθειμένα να χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες. Αυτό ευθυγραμμίζεται με τη θεωρία της διάχυσης των καινοτομιών, η οποία υποδηλώνει ότι τα άτομα που υιοθετούν τις νέες τεχνολογίες έχουν συχνά υψηλότερη κοινωνικοοικονομική κατάσταση, μεγαλύτερο βαθμό καινοτομίας και υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης (Rogers, 2003). Η απροθυμία των ηλικιωμένων δημογραφικών ομάδων και των ατόμων με χαμηλότερο εισόδημα να υιοθετήσουν την ψηφιακή τραπεζική αναδεικνύει το ψηφιακό χάσμα, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για στοχευμένα εκπαιδευτικά προγράμματα για την ενίσχυση του ψηφιακού αλφαριθμητισμού αυτών των ομάδων.

Η έρευνα εντόπισε επίσης μια αλλαγή στις τραπεζικές συμπεριφορές, με σημαντική συσχέτιση μεταξύ της συχνότητας επισκέψεων σε τραπεζικά καταστήματα και της χρήσης ψηφιακής τραπεζικής. Οι πελάτες που επισκέπτονται σπάνια τα τραπεζικά υποκαταστήματα είναι πιο πιθανό να χρησιμοποιούν ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, γεγονός που υποδηλώνει μια μετατόπιση της συμπεριφοράς προς τα ψηφιακά κανάλια. Το εύρημα αυτό απηχεί την ευκολία και την αποτελεσματικότητα της ψηφιακής τραπεζικής, όπως σημειώνεται στη βιβλιογραφία, όπου οι ψηφιακές πλατφόρμες προσφέρουν στους χρήστες πρόσβαση σε τραπεζικές υπηρεσίες 24 ώρες το 24ωρο χωρίς την ανάγκη επίσκεψης σε φυσικό υποκατάστημα (Laukkanen, 2016). Ωστόσο, η επίμονη χρήση των ΑΤΜ και των επισκέψεων σε υποκαταστήματα μεταξύ ορισμένων δημογραφικών ομάδων υποδηλώνει τη συνύπαρξη ψηφιακών και παραδοσιακών τραπεζικών μεθόδων, τονίζοντας την ανάγκη για μια υβριδική προσέγγιση που θα ανταποκρίνεται στις διαφορετικές προτιμήσεις των πελατών.

Το επίπεδο ευαισθητοποίησης και ικανοποίησης όσον αφορά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες μεταξύ των Ελλήνων πελατών είναι αξιοσημείωτα υψηλό, με πολλούς να εκφράζουν την προθυμία τους να μεταβούν πλήρως στην ψηφιακή τραπεζική. Αυτό αντανακλά τη θετική εμπειρία των χρηστών και την αποδοχή της ψηφιακής τραπεζικής, επιβεβαιώνοντας το μοντέλο αποδοχής της τεχνολογίας (TAM), το οποίο υποστηρίζει ότι η αντιλαμβανόμενη χρησιμότητα και η ευκολία χρήσης είναι θεμελιώδεις παράγοντες που καθορίζουν την υιοθέτηση της τεχνολογίας (Davis, 1989). Ωστόσο, η

διακύμανση των απαντήσεων με βάση το φύλο και την ηλικία αναδεικνύει τη σημασία εξατομικευμένων λύσεων ψηφιακής τραπεζικής για την ικανοποίηση των μοναδικών αναγκών των διαφόρων ομάδων χρηστών.

Από την έρευνα διαπιστώθηκε ότι οι ανησυχίες για την ασφάλεια και οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι επηρεάζουν σημαντικά την υιοθέτηση και τη συχνότητα χρήσης των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών. Οι χρήστες με μεγαλύτερες ανησυχίες για την ασφάλεια τείνουν να χρησιμοποιούν λιγότερο συχνά τις ψηφιακές τραπεζικές υπηρεσίες, υπογραμμίζοντας τον κρίσιμο ρόλο της εμπιστοσύνης και της σιγουριάς στην υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής. Το εύρημα αυτό ευθυγραμμίζεται με προηγούμενες έρευνες που δείχνουν ότι οι αντιλαμβανόμενοι κίνδυνοι ασφαλείας μπορεί να αποτελέσουν σημαντικό εμπόδιο στην υιοθέτηση ηλεκτρονικών τραπεζικών υπηρεσιών (Suh & Han, 2002). Ως εκ τούτου, η ενίσχυση των μέτρων ασφαλείας και η αποτελεσματική κοινοποίηση αυτών των μέτρων προστασίας στους πελάτες είναι υψίστης σημασίας για τις τράπεζες ώστε να ενισχύσουν την εμπιστοσύνη και να ενθαρρύνουν την ευρύτερη υιοθέτηση των ψηφιακών τραπεζικών υπηρεσιών.

Αυτό που διαπιστώνεται από την έρευνα είναι ότι η μετάβαση στην ψηφιακή τραπεζική στην Ελλάδα επηρεάζεται από μια σύνθετη αλληλεπίδραση δημογραφικών παραγόντων, συμπεριφορών χρηστών, επιπέδων ευαισθητοποίησης και αντιλήψεων για την ασφάλεια. Συνεπώς, οι τράπεζες πρέπει να υιοθετήσουν μια πολύπλευρη προσέγγιση για να ενισχύσουν την υιοθέτηση της ψηφιακής τραπεζικής, εστιάζοντας στην εκπαίδευση των χρηστών, την ασφάλεια και τις εξατομικευμένες ψηφιακές εμπειρίες. Η μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να διερευνήσει διαχρονικές μελέτες για να κατανοήσει την εξελισσόμενη δυναμική της υιοθέτησης της ψηφιακής τραπεζικής και την επίδραση των αναδυόμενων τεχνολογιών στις συμπεριφορές και τις προτιμήσεις των χρηστών.

Εν κατακλείδι, η εφαρμογή της ψηφιακής τραπεζικής στην Ελλάδα έχει, μεν, κερδίσει ένα σημαντικό μέρος αποδοχής, ωστόσο υπάρχουν ακόμη σημαντικά βήματα για την πλήρη χρήση της από τους τραπεζικούς πελάτες. Αντιμετωπίζοντας τα εμπόδια που εντοπίστηκαν μέσω της παρούσας έρευνας και αξιοποιώντας τις γνώσεις από τις υπάρχουσες θεωρίες και τη βιβλιογραφία, οι τράπεζες μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά τις εμπειρίες των πελατών, προωθώντας ένα πιο ψηφιακό τραπεζικό περιβάλλον χωρίς αποκλεισμούς που ανταποκρίνεται στις ανάγκες όλων των χρηστών.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1986 η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και 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.

## Βιβλιογραφία

Accenture (2021). The future of banking. Accenture.

Agarwal, R., & Karahanna, E. (2000). Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage. *MIS Quarterly*, 24(4), 665-694.

Aladwani, A. M. (2001). Online banking: a field study of drivers, development challenges, and expectations. *International Journal of Information Management*, 21(3), 213-225.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.

Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. *Dynamic Marketing for a Changing World. Proceedings of the 43rd Conference of the American Marketing Association*, 389-398.

Chen, W., & Wellman, B. (2004). The global digital divide – within and between countries. *IT & Society*, 1(7), 39-45.

Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly*, 19(2), 189-211.

Consoli, B. (2005). The dynamics of technological change in UK retail banking services: An evolutionary perspective. *Research Policy*, 34(4), 461-480

Creswell, J.W. (2014). *Research design*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Culnan, M. J., & Armstrong, P. K. (1999). Information privacy concerns, procedural fairness, and impersonal trust: An empirical investigation. *Organization Science*, 10(1), 104-115.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

Deloitte (2019). Economic impact of real-time payments. London: Deloitte

Deloitte. (2020). 2020 banking and capital markets outlook: Reimagining transformation.

Deloitte. (2020). 2020 Global Blockchain Survey. Deloitte.

Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. The World Bank.

Donner, J., & Tellez, C. A. (2008). Mobile banking and economic development: Linking adoption, impact, and use. *Asian Journal of Communication*, 18(4), 318-332.

Eastin, M. S., & LaRose, R. (2000). Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 6(1).

Ebbers, M., Chintala, D.R., Ranjan, P., & Sreenivasan, L. (2013). Real-time Fraud Detection Analytics on IBM Z. IBM Redbooks. Sironi, P. (2016). FinTech Innovation: From Robo-Advisors to Goal Based Investing and Gamification. Wiley.

European Banking Authority. (2020). Guidelines on ICT and security risk management. European Banking Authority

European Central Bank. (2020). Report on a digital euro. European Central Bank

Featherman, M. S., & Pavlou, P. A. (2003). Predicting e-services adoption: A perceived risk facets perspective. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(4), 451-474.

Federal Reserve. (2022). Money and Payments: The U.S. Dollar in the Age of Digital Transformation. Federal Reserve.

Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.



- Gomber, P., Koch, J. A., & Siering, M. (2017). Digital Finance and FinTech: current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537-580.
- Hernandez, J. M. C., & Mazzon, J. A. (2007). Adoption of internet banking: Proposition and implementation of an integrated methodology approach. *International Journal of Bank Marketing*, 25(2), 72-88.
- Jagtiani, J., & Lemieux, C. (2019). The roles of alternative data and machine learning in fintech lending: Evidence from the LendingClub consumer platform. *Financial Management*, 48(4), 1009-1029.
- Jagtiani, J., & Lemieux, C. (2019). The roles of alternative data and machine learning in fintech lending: Evidence from the LendingClub consumer platform. *Financial Management*, 48(4), 1009-1029.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432-2439.
- Laukkanen, T. (2016). Consumer adoption versus rejection decisions in seemingly similar service innovations: The case of the Internet and mobile banking. *Journal of Business Research*, 69(7), 2432-2439.
- Liao, Z., & Cheung, M. T. (2002). Internet-based e-banking and consumer attitudes: an empirical study. *Information & Management*, 39(4), 283-295.
- McKinsey & Company. (2019). *Global Banking Annual Review 2019: The Last Pit Stop? Time for Bold Late-Cycle Moves*. McKinsey & Company.

- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., Roundtree, R. I., & Bitner, M. J. (2000). Self-service technologies: Understanding customer satisfaction with technology-based service encounters. *Journal of Marketing*, 64(3), 50-64.
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15.
- Norris, P. (2001). *Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge University Press.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134.
- Robson C. (2010). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου: ένα μέσον για κοινωνικούς, επιστήμονες και επαγγελματίες ερευνητές*. Αθήνα: Gutenberg.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Singh, S., & Srivastava, R.K. (2020). Understanding the intention to use mobile banking by existing online banking customers: an empirical study. *Journal of Financial Services Marketing*, 25(3), 86-96.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(3-4), 247-263.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of trust on customer acceptance of Internet banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(3-4), 247-263.
- Suh, B., & Han, I. (2003). The impact of customer trust and perception of security control on the acceptance of electronic commerce. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 135-161.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.

World Bank. (2019). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. <https://www.worldbank.org>

Zhou, T. (2012). Understanding users' initial trust in mobile banking: An elaboration likelihood perspective. *Computers in Human Behavior*, 28(4), 1518-1525.

Αναστασιάδου, Σ.Δ. (2012). Στατιστική και μεθοδολογία έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες. Αθήνα: Κριτική.

Ανδριώτης, Κ.Β. (2003). Ποσοτική έρευνα και ανάλυση δεδομένων με τη χρήση του SPSS 11.5. Αθήνα: Κλειδάριθμος

Παρασκευόπουλος, Ι. (1993). Μεθοδολογία επιστημονικής έρευνας. Αθήνα: Εκδόσεις Γρηγόρη.