



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

**Η χρήση χρεωστικής κάρτας ή μετρητών: Οι παράγοντες που
επηρεάζουν την επιλογή των καταναλωτών**

Πτυχιακή εργασία

ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ (217056)

Αθήνα, 2021



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

**ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ
ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΒΙΩΣΙΜΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

**Παστραπά Ελένη (Επιβλέπουσα)
Μέλος ΕΔ.ΙΠ, Τμήμα Οικονομίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

**Θεοδωροπούλου Ελένη
Καθηγήτρια, Τμήμα Οικονομίας και Βιώσιμης Ανάπτυξης,
Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

**Σαρδιανού Ελένη
Αναπληρώτρια Καθηγήτρια, Τμήμα Οικονομίας και Βιώσιμης
Ανάπτυξης, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο**

Ο Σωτηρόπουλος Κωνσταντίνος

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1) Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης της εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.
- 2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η εκπόνηση οποιαδήποτε πτυχιακής μελέτης απαιτεί χρόνο, προσπάθεια, υπομονή, επιμονή, φιλομάθεια, μα προ πάντων μια σωστή καθοδήγηση. Έτσι και στην δικιά μου πτυχιακή εργασία χρειάστηκαν αρκετοί άνθρωποι, οι οποίοι συνέβαλλαν για να ολοκληρωθεί η συγκεκριμένη μελέτη.

Θα ήθελα λοιπόν να ευχαριστήσω πρώτα από όλα την επιβλέπουσα της πτυχιακής μου εργασίας κα Ελένη Παστραπά, για την σωστή καθοδήγηση, για τις γνώσεις που μου πρόσφερε κατά τη διάρκεια της έρευνας, για τη συνέπεια της καθώς και για όλη την εμπιστοσύνη που μου έδειξε σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας. Ευχαριστώ, επίσης, τα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς επιτροπής, κα Ελένη Σαρδιανού για τις παρατηρήσεις, τις οδηγίες καθώς και την καθοδήγηση της και την κα Ελένη Θεοδωροπούλου για το χρόνο και την καθοδήγηση κατά της διαδικασία της έρευνας.

Τέλος, δεν θα μπορούσα να παραλείψω όλους εκείνους που καθημερινώς συναναστρεφόμουν μαζί τους και συνέβαλλαν και αυτοί με τον τρόπο τους στην ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας. Ευχαριστώ λοιπόν, την κοπέλα μου Γεωργία για την ενθάρρυνση, την εμπιστοσύνη και τον θαυμασμό που μου έδειχνε κατά τη διάρκεια της έρευνας, τους γονείς μου για την καθοδήγηση, την υποστήριξη και την εμπιστοσύνη τους όλα αυτά τα χρόνια καθώς και τα δύο αδέρφια μου, Αλέξανδρο και Μάνο.

Περιεχόμενα

Περίληψη	8
ABSTRACT.....	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
Κεφάλαιο 1 ^ο : Χρεωστική Κάρτα	13
1.1 Τύποι χρεωστικών καρτών	13
1.2 Τρόποι λειτουργίας των χρεωστικών καρτών.....	14
1.3 Ο ρόλος των χρεωστικών καρτών.....	15
1.4 Θετικά των χρεωστικών καρτών.....	16
1.5 Αρνητικά των χρεωστικών καρτών	17
Κεφάλαιο 2 ^ο : Μετρητά	19
2.1 Θετικά των μετρητών.....	19
2.2 Αρνητικά των μετρητών	20
2.3 Κοινωνίες χωρίς τη χρήση μετρητών (Cashless Societies)	22
Κεφάλαιο 3 ^ο : Παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής	23
3.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών	25
3.2 Το κόστος της συναλλαγής.....	27
3.3 Το είδος της συναλλαγής, η ημέρα και ο μήνας που πραγματοποιείται μια συναλλαγή.....	29
3.4 Οικονομικός προϋπολογισμός	33
3.5 Προγράμματα Επιβράβευσης (Rewarding Programs)	35
3.6 Τα ρέστα που λαμβάνει ο καταναλωτής κατά την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής.....	36
3.7 Χρεώσεις (Charges Fees).....	37
3.8 Συνήθεια.....	38
3.9 Εξοικονόμηση χρόνου στις συναλλαγές λόγω της συμβολής της τεχνολογίας.....	39
3.10 Pain of paying («πόνος» κατά την πληρωμή)	40
Κεφάλαιο 4 ^ο : Η χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών στην Ελλάδα	42
Κεφάλαιο 5 ^ο : Έρευνα πεδίου	47
5.1 Μεθοδολογία έρευνας.....	47
5.2 Περιγραφική στατιστική	50
5.2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	50
5.2.2. Χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών.....	53
5.2.3 Λόγοι χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών	57

5.2.4 Πίνακες διπλής εισόδου	66
5.2.4.1 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και ηλικία των καταναλωτών	66
5.2.4.2 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και φύλο των καταναλωτών	67
5.2.4.3 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων	67
5.2.4.4 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων	67
5.2.4.5 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και επίπεδο εισοδήματος των ερωτώμενων	67
5.2.4.6 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και τόπο κατοικίας των ερωτώμενων	68
5.2.4.7 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και διάφορα κόστη συναλλαγών	68
5.2.4.8 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και διάφορα είδη συναλλαγών	69
5.2.4.9 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και οικονομικός προϋπολογισμός των καταναλωτών	71
5.2.4.10 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και προγράμματα ανταμοιβής	72
5.2.4.11 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και ρέστα από συναλλαγές	72
5.2.4.12 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και χρεώσεις που περιλαμβάνουν διάφορες συναλλαγές	72
5.2.4.13 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και συνήθεια	73
5.2.4.14 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών	73
5.2.4.15 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και προσφερόμενες εκπτώσεις	73
5.2.4.16 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και θεωρία του πόνου πληρωμής (Pain of Paying)	74
5.3 Διατάξιμη Λογιστική Παλινδρόμηση	74
5.3.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας	75
5.3.1.1 Εμπειρικά αποτελέσματα	77
5.4 Σχολιασμός των αποτελεσμάτων της έρευνας	80
Κεφάλαιο 6 ^ο : Συμπεράσματα	86
Βιβλιογραφία	90

Παράρτημα Α.....	93
Β.....	137

Περίληψη

Ο σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να εκτιμηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής, δηλαδή της χρεωστικής κάρτας ή/και των μετρητών. Αρχικά προσδιορίστηκαν βιβλιογραφικά οι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής. Παρατηρήθηκε λοιπόν ότι οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το κόστος συναλλαγής, τα διάφορα είδη συναλλαγών, τα προγράμματα ανταμοιβής, οι χρεώσεις-προμήθειες, η συνήθεια, τα ρέστα, ο οικονομικός προϋπολογισμός, η τεχνολογία καθώς και η θεωρία του πόνου πληρωμής. Σύμφωνα με τα εμπειρικά αποτελέσματα, που προέκυψαν από τη στατιστική επεξεργασία ερωτηματολογίου το οποίο συμπληρώθηκε από 305 καταναλωτές, επαληθεύονται τα αποτελέσματα των προηγούμενων ερευνών και οι καταναλωτές επηρεάζονται από τους παραπάνω παράγοντες όσον αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής. Πέραν όμως των παραπάνω παραγόντων, εξετάστηκε ένας ακόμα παράγοντας που έχει ως επίκεντρο τις προσφερόμενες εκπτώσεις των εμπόρων προς τους καταναλωτές κατά τη συναλλαγή τους. Όπως φάνηκε, οι καταναλωτές επηρεάζονται αρκετά και από τις προσφερόμενες εκπτώσεις που τους κάνουν οι έμποροι αφού η πλειοψηφία απάντησε ότι θα δεχόταν να πληρώσει με μετρητά αν της προσφερόταν το προϊόν σε χαμηλότερη τιμή.

Λέξεις κλειδιά: Χρεωστική κάρτα, μετρητά, παράγοντες, επιλογή μέσου πληρωμής

ABSTRACT

The aim of this study is to estimate the factors are influencing the payment choice, namely the debit card and cash. Methodology of study was based are the estimations of ordered logistic regression and the analysis of two-way frequency tables. The data of this study collected using questionnaire on 305 consumers. Firstly, were reported the factors that we fund from the literature and they are affected the consumer's payment choice. It should be mentioned that the most important factors affecting consumers payment choice are demographic characteristics, the cost of the transactions, the type of transaction, rewarding-programs, charges-fees, the habit, changes of transactions, the financial budget, technology and the theory pain of paying. According to empirical results, it seems that the consumers are influenced by the above factors which found from the literature, which means that the empirical results are in line with previous studies. However, in this study was examined one more factor that focuses on discounts offers. Finally, consumers are also affected by the discounts offers, as the majority of consumers replied that would accept to pay with cash on condition that they pay less in a transaction.

Keywords: Debit card, cash, factors, payment choice

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων	51
Πίνακας 2: Χρεωστική κάρτα και μετρητά	54
Πίνακας 3: Χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτα ανάλογα το κόστος της συναλλαγής	58
Πίνακας 4: Χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας ανάλογα το είδος της συναλλαγής	60
Πίνακας 5: Οικονομικός προϋπολογισμός και επιλογή του μέσου πληρωμής.....	62
Πίνακας 6: Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του μέσου πληρωμής	64
Πίνακας 7: Εκτίμηση διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης για τον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας (n=305).	77
Πίνακας 8: Εκτίμηση διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης για τον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών (n=305).....	78

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μετά την επιβολή των κεφαλαιουχικών περιορισμών (capital controls) στην Ελλάδα το 2015 παρατηρήθηκε αύξηση στη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας. Πιο συγκεκριμένα την περίοδο 2018-2019 ο αριθμός των συναλλαγών με τη χρήση χρεωστικής κάρτας δωδεκαπλασιάστηκε σε σύγκριση με το 2014 (IOBE, 2021). Γενικά, οι χρεωστικές κάρτες έχουν γίνει ένας ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος πληρωμής. Στην Ελλάδα το έτος 2020 ο συνολικός αριθμός των ενεργών καρτών έφτασε τα 15,5 εκ. σημειώνοντας έτσι μία αύξηση άνευ προηγουμένου. Πολλοί ήταν οι ερευνητές (Chondrogiannis & Papaoikonomou, 2017 Amromin & Chakarorti, 2007 Hoang & Vu, 2020 Rogoff, 2014) που προσπάθησαν να μελετήσουν ποιος τρόπος πληρωμής είναι πιο αποτελεσματικός τόσο από την πλευρά των καταναλωτών όσο και από την πλευρά της δημόσιας διοίκησης. Οι υποστηρικτές της χρεωστικής κάρτας πιστεύουν ότι με τη χρήση χρεωστικής κάρτας διευκολύνονται τόσο στην ανάληψη μετρητών (Tillayen, 2017) όσο και στην ταχύτερη πληρωμή των συναλλαγών τους (Zinman, 2009). Από την πλευρά της δημόσιας διοίκησης, υποστηρίζεται ότι η χρήση της χρεωστικής κάρτας οδηγεί σε διεύρυνση της φορολογικής βάσης και έχει θετικό αντίκτυπο στα έσοδα του κράτους από τους φορολογικούς συντελεστές (Τράπεζα της Ελλάδος, 2019). Από την άλλη μεριά, τα μετρητά ακόμα και σήμερα, παρά τη ραγδαία αύξηση της χρήσης χρεωστικής κάρτας, χρησιμοποιούνται διαρκώς. Πιο συγκεκριμένα, το 1/3 των καταναλωτών χρησιμοποιούν μόνο μετρητά στις συναλλαγές τους (Swiecka et al., 2021). Οι καταναλωτές θέλουν τα μετρητά στις ζωές τους, και αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι το 82% των καταναλωτών χρησιμοποίησαν τουλάχιστον μια φορά τον μήνα τα μετρητά στις συναλλαγές τους. Αντίθετα, οι χρεωστικές κάρτες αφορούσαν τα 2/3 των συναλλαγών τους (Caddy et al., 2020).

Η παρούσα εργασία εξετάζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή μέσου πληρωμής μεταξύ χρεωστικής κάρτας και μετρητών. Ο κύριος στόχος της εργασίας αυτής είναι να ελεγχθεί η επιρροή που έχουν στους καταναλωτές οι διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής καθώς και η κατανόηση των παραγόντων αυτών.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια. Το πρώτο κεφάλαιο έχει επίκεντρο τη χρεωστική κάρτα, όπου αναλύεται πως λειτουργούν οι χρεωστικές κάρτες, ποιος ο ρόλος της χρεωστικής κάρτας στην ζωή των καταναλωτών καθώς και

η συμβολή των χρεωστικών καρτών στη δημόσια οικονομία. Αναφέρονται τα θετικά και τα αρνητικά χαρακτηριστικά των χρεωστικών καρτών σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία. Το δεύτερο κεφάλαιο έχει ως επίκεντρο τα μετρητά. Στην αρχή αναλύονται τα θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά της χρήσης μετρητών, ενώ παράλληλα μια υποενότητα αναφέρεται στις απόψεις των ερευνητών για την κοινωνία χωρίς την παρουσία μετρητών (Cashless societies). Στο τρίτο κεφάλαιο, αναφέρονται όλοι οι παράγοντες που όπως φάνηκε από τη βιβλιογραφία, επηρεάζουν την επιλογή του μέσου πληρωμής καθώς και η μεθοδολογία που χρησιμοποίησαν οι ερευνητές ώστε να εξάγουν τα συμπεράσματα τους. Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναλύονται στατιστικά στοιχεία για τη χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών στην Ελλάδα. Στη συνέχεια ακολουθεί το πέμπτο κεφάλαιο το οποίο έχει ως επίκεντρο την έρευνα πεδίου. Αναλύεται ο τρόπος συλλογής των δεδομένων, ο τρόπος ανάλυσης των αποτελεσμάτων καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας. Έπειτα, ακολουθούν τα συμπεράσματα τα οποία αποτελούν το έκτο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας.

Κεφάλαιο 1^ο: Χρεωστική Κάρτα

Οι χρεωστικές κάρτες είναι ένας ιδιαίτερα δημοφιλής τρόπος συναλλαγών (Runnermark et al., 2015). Γενικά, οι πλαστικές κάρτες είχαν αυξητικές τάσεις στις ΗΠΑ από τις αρχές κιόλας της δεκαετίας του '70, συγκεκριμένα το 1975 υπήρχαν συνολικά 10 εκατομμύρια κάρτες και 2 χρόνια αργότερα παρουσιάστηκε ένας διπλασιασμός του αριθμού τους (Porter et al., 1979). Με την πάροδο του χρόνου, οι χρεωστικές κάρτες έγιναν ευρύτερα διαδεδομένες και προτιμώνται από τους καταναλωτές. Πολλοί ήταν οι λόγοι που οι καταναλωτές στράφηκαν στη χρεωστική κάρτα. Ένας εκ των οποίων είναι η διευκόλυνση ανάληψης μετρητών από τα ATM's, γεγονός που παρατηρήθηκε ιδιαίτερα στις αρχές εξοικείωσης των καταναλωτών με τις χρεωστικές κάρτες (αρχές του 21^{ου} αιώνα) (Amromin et al., 2007). Παρόλα αυτά, είναι μείζονος σημασίας ότι αντικαθιστούν τα μετρητά στις συναλλαγές (Caskey et al., 1994).

1.1 Τύποι χρεωστικών καρτών

Η διάδοση των χρεωστικών καρτών έγινε μέσω της VISA και της MasterCard. Οι χρεωστικές κάρτες χρησιμοποιούν τα χρήματα από τον τραπεζικό λογαριασμό του καταναλωτή, δίχως να χρειάζεται να δανειστεί, κάτι το οποίο τον αποθαρρύνει να προβεί σε υπερβολικές δαπάνες. Όταν πραγματοποιείται μια συναλλαγή τα χρήματα μεταφέρονται απευθείας στον τραπεζικό λογαριασμό του πωλητή και αφαιρούνται από τον τραπεζικό λογαριασμό του καταναλωτή είτε εκείνη τη στιγμή είτε λίγο αργότερα (Lee et al., 2007).

Οι χρεωστικές κάρτες εμπεριέχουν κωδικοποιημένα μαγνητικά πεδία τα οποία είτε αναγνωρίζονται από τα μηχανήματα ATM's είτε από τα POS έτσι ώστε να προβούν σε ολοκλήρωση της ανάλογης συναλλαγής (Caskey et al., 1994).

Οι τύποι των χρεωστικών καρτών:

- Οι χρεωστικές κάρτες με On-Line πληρωμή. Με αυτή τη διαδικασία τα χρήματα μεταφέρονται από τον τραπεζικό λογαριασμό του καταναλωτή στον τραπεζικό λογαριασμό του πωλητή. Χαρακτηριστικό, όμως, της On-Line πληρωμής είναι ότι χρησιμοποιεί τα μαγνητικά πεδία της κάρτας του καταναλωτή και έπειτα ο καταναλωτής με τη σειρά του ολοκληρώνει τη διαδικασία συναλλαγής πληκτρολογώντας τον προσωπικό κωδικό Pin.

- Οι χρεωστικές κάρτες με Off-Line πληρωμή. Είναι μια διαδικασία η οποία χαρακτηρίζεται από καθυστέρηση. Λειτουργούν παρόμοια με τις πιστωτικές κάρτες. Κατά την ολοκλήρωση της συναλλαγής ο καταναλωτής χρεώνεται και ο πωλητής πιστώνεται μετά από κάποιες ώρες ή μέρες (συνήθως μετά από δύο ή τρία 24ώρα). Ένα δεύτερο χαρακτηριστικό είναι ότι δεν απαιτείται η χρήση κωδικού Pin.
- Οι προπληρωμένες κάρτες, είναι κάρτες οι οποίες χρησιμοποιούνται αντί των μετρητών. Ο καταναλωτής προφορτώνει την προπληρωμένη κάρτα (prepaid card) με το ποσό που επιθυμεί να ξοδέψει. Είναι σημαντικό να τονιστεί πως δεν υπάρχει σύνδεση του τραπεζικού λογαριασμού και της κάρτας. Για αυτόν τον λόγο, κατά τη διάρκεια των συναλλαγών ο καταναλωτής μπορεί μονάχα να ξοδέψει όσα χρήματα έχει προσθέσει στην κάρτα (Caskey et al., 1994).

1.2 Τρόποι λειτουργίας των χρεωστικών καρτών

Σύμφωνα με τον Tillayen (2017), η χρεωστική κάρτα εκδίδεται από την εκάστοτε τράπεζα στους πελάτες της. Έτσι τους παρέχεται η δυνατότητα ανάληψης μετρητών οποτεδήποτε αλλά και η πραγματοποίηση οποιασδήποτε συναλλαγής. Οι χρεωστικές κάρτες παρέχουν επίσης τη δυνατότητα:

- Μεταφοράς χρημάτων σε άλλους λογαριασμούς
- Κατάθεση της μισθοδοσίας
- Διάφορους τρόπους πληρωμής όπως για παράδειγμα e-commerce ή πληρωμή με τη κινητή συσκευή.

Πίσω από τις συναλλαγές, είτε αυτές πραγματοποιούνται με off-line λειτουργία είτε με on-line, κρύβονται πέντε διακριτά μέρη:

- Ο πελάτης
- Ο πωλητής
- Η τράπεζα του πελάτη
- Η τράπεζα του πωλητή
- Και ένα ηλεκτρονικό δίκτυο που διαβάζει την κάρτα του πελάτη (Caskey et al., 1994)

Σε μια τυπική on-line συναλλαγή ο πωλητής διαθέτει ένα μηχανισμό που ονομάζεται POS. Ο πελάτης με τη σειρά του πρέπει να περάσει τη χρεωστική του κάρτα είτε ανέπαφα είτε εισάγοντας την κάρτα μέσα στο μηχάνημα POS. Το POS διαβάζει τα

μαγνητικά πεδία της κάρτας του πελάτη και έπειτα ζήτη τον κωδικό Pin. Αν ταυτοποιηθούν τα στοιχεία και το ποσό της συναλλαγής είναι μικρότερο ή ίσο του διαθέσιμου υπολοίπου, το σύστημα μεταφέρει αυτόματα το ποσό της συναλλαγής από τον τραπεζικό λογαριασμό του καταναλωτή στον τραπεζικό λογαριασμό του εμπόρου. Λόγω της ραγδαίας αύξησης της τεχνολογίας, αυτή η διαδικασία πραγματοποιείται στιγμιαία.

Από την άλλη πλευρά, στις συναλλαγές που πραγματοποιούνται με τις Off-Line λειτουργίες, η διαδικασία περιλαμβάνει σχεδόν τα ίδια βήματα, αλλά με τρεις εξαιρέσεις. Πρώτον, ο πελάτης δεν χρησιμοποιεί το προσωπικό του Pin αλλά υπογράφει ένα έντυπο. Δεύτερον, αυτού του είδους η κάρτα έχει ημερήσια όρια. Για να εγκριθεί μια συναλλαγή, το δίκτυο ελέγχει τις συνολικές καταναλώσεις-χρεώσεις του καταναλωτή, τις δύο ή τρεις προηγούμενες μέρες για να δει αν έχουν υπερβεί τα προκαθορισμένα όρια, από το να ελέγξει το διαθέσιμο υπόλοιπο του τραπεζικού λογαριασμού του πελάτη. Τρίτον, ο πελάτης χρεώνεται και ο πωλητής πιστώνεται δύο ή τρεις μέρες αργότερα. Ουσιαστικά είναι μια χρεωστική κάρτα με λειτουργίες πιστωτικής (Caskey et al., 1994).

1.2 Ο ρόλος των χρεωστικών καρτών

Η δημόσια διοίκηση γενικά είναι σύμμαχος της χρεωστικής κάρτας (Hoang & Vu, 2020). Αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι, κατά την περίοδο των Capital Controls στην Ελλάδα, χρησιμοποιήθηκαν όσο ποτέ άλλοτε οι χρεωστικές κάρτες για συναλλαγές με αποτέλεσμα να υπάρξει μια αύξηση άνευ προηγουμένου στα έσοδα του κράτους από Φ.Π.Α (Chondrogiannis & Papaoikonomou, 2017). Από την άλλη πλευρά, οι δημόσιες αρχές είναι δύσκολο να εντοπίσουν τις παράνομες συναλλαγές που γίνονται με μετρητά (Amromin & Chakarorti, 2007). Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, η χρήση της χρεωστικής κάρτας οδηγεί σε διεύρυνση της φορολογικής βάσης και έχει θετικό αντίκτυπο στα έσοδα του κράτος από τον Φ.Π.Α. Συγκεκριμένα, εκτιμάται ότι μια αύξηση κατά μια ποσοστιαία μονάδα στη χρήση της χρεωστικής κάρτας θα οδηγήσει σε αύξηση των εσόδων του κράτους κατά 1% (Τράπεζα της Ελλάδος, 2019). Αυτός είναι και ο βασικός λόγος που οι δημόσιες αρχές υποστηρίζουν τις χρεωστικές κάρτες.

Από την άλλη πλευρά οι αντιδράσεις των καταναλωτών απέναντι στη χρήση χρεωστικής κάρτας διαφοροποιούνται. Πολλές φορές χρησιμοποιούνται οι χρεωστικές

κάρτες εναλλακτικά των μετρητών, ωστόσο παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές. Από τη μεριά του καταναλωτή, σε περίπτωση χρήσης κάρτας, μειώνεται σημαντικά ο κίνδυνος απώλειας ή κλοπής (Kim et al., 2010). Επιπρόσθετα, έχει παρατηρηθεί ότι οι καταναλωτές επιθυμούν να ελέγχουν συνεχώς τις δαπάνες τους. Σύμφωνα με τους Hernadez et al. (2014), η πλήρης παρακολούθηση των δαπανών και ο σωστός έλεγχος επιτυγχάνεται, κυρίως, όταν οι καταναλωτές χρησιμοποιούν χρεωστικές κάρτες. Αυτό ίσως οφείλεται στην τεχνολογική ανάπτυξη, όπου δίνεται η δυνατότητα στους καταναλωτές να έχουν άμεση πρόσβασή στα προσωπικά δεδομένα της κάρτας. Η πρόσβαση αφορά ενημερώσεις σχετικά με:

- Το διαθέσιμο και λογιστικό υπόλοιπο του τραπεζικού λογαριασμού.
- Τις χρεώσεις του μήνα, δηλαδή, πόσα δαπάνησαν οι καταναλωτές τον τρέχοντα μήνα.
- Και όλες τις συναλλαγές, ανεξαρτήτως μήνα ή έτους πραγματοποίησης που έγιναν με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας (Hernadez et al., 2014).

Επίσης, υπάρχουν διάφορα προγράμματα ανταμοιβής που προσφέρει η κάθε τράπεζα στους πελάτες της, ώστε να τους δώσει κίνητρο να χρησιμοποιούν πιο εντατικά τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους. Όλο αυτό είναι ένα καθαρό όφελος για τους καταναλωτές αφού μόλις πραγματοποιηθεί κάποιο όριο πληρωμών με κάρτα, ένα πόσο τους αποδίδεται ως ανταμοιβή (Ching et al., 2010).

1.4 Θετικά των χρεωστικών καρτών

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε Γερμανούς καταναλωτές έδειξε ότι δύο είναι οι κύριοι τρόποι πληρωμής, τα μετρητά και η χρεωστική κάρτα. Οι ίδιοι καταναλωτές ερωτήθηκαν αν αισθάνονται ασφαλείς με τη χρεωστική κάρτα, και απάντησαν θετικά επισημαίνοντας πως νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια όταν έχουν τη χρεωστική κάρτα μαζί τους παρά όταν έχουν στο πορτοφόλι τους μετρητά. Παρόλα αυτά οι καταναλωτές δεν παρέλειψαν να εκφράσουν τις ανησυχίες τους για τυχόν κλοπή του κωδικού Pin (Skimming) (Kosse, 2010). Σε περίπτωση κλοπής ή απώλειας ο καταναλωτής μπορεί να απευθυνθεί στον πάροχο της κάρτας του έτσι ώστε να απενεργοποιηθεί η κάρτα. Σημαντικό, όμως, είναι ότι κάθε τράπεζα παρέχει τη δυνατότητα συχνής ενημέρωσης για κάθε μια συναλλαγή που πραγματοποιείται, κάτι το οποίο προσδίδει στους χρήστες των χρεωστικών καρτών μια επιπλέον ασφάλεια (Tillayev, 2017).

Ένα ακόμη θετικό είναι η ταχύτητα με την οποία γίνεται η πληρωμή με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας. Η ένταξη της τεχνολογίας και η ενσωμάτωση των POS στον τομέα των πληρωμών, φαίνεται ότι μείωσαν αρκετά τον χρόνο των συναλλαγών. Έτσι, ο καταναλωτής δεν σπαταλάει άδικα τον χρόνο του περιμένοντας να λάβει την αναλογία από τα ρέστα, στην περίπτωση της χρήσης μετρητών (Zinman, 2009).

Επιπλέον, οι καταναλωτές μπορούν εύκολα να πραγματοποιούν αναλήψεις μετρητών από τα αυτόματα μηχανήματα ανάληψης μετρητών (ATM's). Αυτό μπορεί να γίνει είκοσι τέσσερις ώρες το εικοσιτετράωρο, κάτι το οποίο παρέχει στους καταναλωτές ένα αίσθημα ασφάλειας και υποστήριξης (Tillayev, 2017).

Σημαντικό επίσης είναι ότι η χρεωστική κάρτα έχει ένα παγκόσμιο χαρακτήρα. Πολλές χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο έχουν εντάξει συστήματα Interlink και Maestro, με αποτέλεσμα ο καταναλωτής που επισκέπτεται μια τέτοια χώρα να μπορεί να χρησιμοποιεί εύκολα και αξιόπιστα τη χρεωστική του κάρτα (Caskey et al., 1994).

Επιπρόσθετα, η φορητότητα της χρεωστικής κάρτας παρέχει στους καταναλωτές εξοικονόμηση χώρου στο πορτοφόλι τους. Αυτό δικαιολογείται από το γεγονός ότι η χρεωστική κάρτα είναι πλαστικοποιημένη και πιάνει ελάχιστο χώρο, κάτι το οποίο δεν συμβαίνει με τα μετρητά (Zinman, 2009).

Τέλος, δεν θα πρέπει να παραληφθεί ότι οι χρεωστικές κάρτες δεν ωθούν τους καταναλωτές να προβούν σε υπερβολικές δαπάνες, κάτι το οποίο παρατηρείται ιδιαίτερα με τη χρήση πιστωτικών καρτών (Tillayev, 2017).

1.5 Αρνητικά των χρεωστικών καρτών

Το βασικό αρνητικό των χρεωστικών καρτών σχετίζεται με την ηλικία των χρηστών. Έρευνα που πραγματοποιήθηκε στον τομέα των μεθόδων πληρωμής, έδειξε ότι οι χρεωστικές κάρτες χρησιμοποιήθηκαν περισσότερο από νέους παρά από ηλικιωμένους (Schuh et al., 2011). Ίσως αυτό να οφείλεται στη ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στον τομέα των πληρωμών, όπως για παράδειγμα πραγματοποίηση πληρωμών ανέπαφα ή ακόμα και χωρίς την παρουσία της χρεωστικής κάρτας αλλά με το κινητό τηλέφωνο.

Ένα άλλο σημαντικό μειονέκτημα των χρεωστικών καρτών είναι πως ορισμένα είδη συναλλαγών περιλαμβάνουν έξτρα χρεώσεις (charges fees). Παρόλο όμως που οι

χρεώσεις αυτές ποικίλουν ανάλογα με το πάροχο της κάρτας, θεωρούνται ένα έξτρα κόστος για τον καταναλωτή (Shy, 2020).

Κεφάλαιο 2^ο: Μετρητά

Κατά τη διάρκεια του 20^{ου} αιώνα, τα μετρητά και οι επιταγές ήταν από τους συνηθέστερους τρόπους πληρωμής (Runnermark et al., 2015). Σε αντίθεση όμως με τα άλλα μέσα πληρωμής, τα μετρητά πέρα από ένα μέσο συναλλαγής, θεωρούνται πως εμπεριέχουν και αποθηκευμένη αξία (Amromin & Charkarorti, 2007). Τα μετρητά ακόμα και σήμερα, παρά τη ραγδαία αύξηση της χρήσης χρεωστικής κάρτας, χρησιμοποιούνται διαρκώς. Πιο συγκεκριμένα, το 1/3 των καταναλωτών χρησιμοποιούν μόνο μετρητά στις συναλλαγές τους (Swiecka et al., 2021). Γενικά, από την εισαγωγή του ευρώ έχει παρατηρηθεί μια άνοδος στην κυκλοφορία του χρήματος. Ειδικότερα, στα τέλη του 2016, η κυκλοφορία του χρήματος αυξήθηκε από 3% σε 10% (Krueger & Seitz, 2018). Οι καταναλωτές θέλουν τα μετρητά στις ζωές τους, και αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι το 82% των καταναλωτών χρησιμοποίησαν τουλάχιστον μια φορά τον μήνα τα μετρητά στις συναλλαγές τους. Από την άλλη πλευρά, οι χρεωστικές κάρτες αφορούσαν τα 2/3 των συναλλαγών τους (Caddy et al., 2020).

2.1 Θετικά των μετρητών

Γενικά, οποιαδήποτε συναλλαγή αφήνει και ένα προσωπικό «αποτύπωμα». Επομένως για τους καταναλωτές που προτιμούν να προστατεύουν την ιδιωτικότητα τους, τα μετρητά είναι το πιο αξιόπιστο μέσο πληρωμής ώστε να πραγματοποιηθεί η επιθυμία τους. Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τους Krueger & Seitz (2018), τα μετρητά είναι ένα μέσο πληρωμής το οποίο βοηθάει τον καταναλωτή να πραγματοποιήσει έναν σωστό οικονομικό προϋπολογισμό. Παρόλα αυτά, οι απόψεις που αφορούν τον προϋπολογισμό με τη χρήση διάφορων μέσων πληρωμής δίστανται αφού σύμφωνα με τους Hernadez et al. (2014), η χρεωστική κάρτα υπερέχει έναντι των μετρητών στη παροχή πληροφοριών στους καταναλωτές. Διάφορες τραπεζικές πλατφόρμες, οι οποίες είναι συνδεδεμένες με τον τραπεζικό λογαριασμό του καταναλωτή, μπορούν να αξιοποιηθούν προς όφελος του ιδίου ώστε να ελέγχεται συχνότερα και ευκολότερα η πορεία του οικονομικού προϋπολογισμού.

Σύμφωνα με τους Krueger & Seitz (2018), τα μετρητά θεωρούνται το πιο εύχρηστο μέσο πληρωμής που μπορεί χρησιμοποιηθεί από όλες τις ηλικιακές ομάδες, κάτι το οποίο δεν παρατηρείται με τις χρεωστικές κάρτες. Επίσης, ένα άλλο θετικό το οποίο υπερισχύει έναντι των χρεωστικών καρτών είναι ότι τα μετρητά μπορούν να

χρησιμοποιηθούν από όλες τις μερίδες του πληθυσμού ανεξαρτήτως ταυτότητας ή κοινωνικής τάξης. Τέτοια παραδείγματα είναι οι πρόσφυγες, άτομα με διάφορες ψυχικές διαταραχές, οι οποίοι δεν έχουν πολλές φορές τη δυνατότητα να αποκτήσουν χρεωστική κάρτα.

Επίσης, αν υπάρχει οποιαδήποτε ανάγκη, τα μετρητά μπορούν να χρησιμοποιηθούν οποτεδήποτε, χωρίς να απαιτείται η χρήση POS. Όλο αυτό δημιουργεί στους καταναλωτές ένα αίσθημα εμπιστοσύνης και ασφάλειας.

Σημαντικός είναι επίσης και ο ρόλος των διαφόρων επιπλέον χρεώσεων (charges fees) που επιβαρύνουν τον ίδιο τον καταναλωτή. Σύμφωνα με τον Rogoff, τα μετρητά μειώνουν σημαντικά τα κόστη συναλλαγής (MacAndrews, 2020). Αντίθετα, η χρήση της χρεωστικής κάρτας, τις περισσότερες φορές, συνοδεύεται και με κάποιες έξτρα χρεώσεις-προμήθειες.

Τέλος, ένα θετικό το οποίο υποτιμάται από τους περισσότερους, είναι ότι σε περιόδους κρίσεων και όταν κυριαρχεί ένα κλίμα αβεβαιότητας, υπάρχει πιθανότητα οι καταναλωτές να μην νιώθουν ασφάλεια να εμπιστευθούν τα χρήματά τους σε κάποια τράπεζα (Krueger & Seitz, 2018).

2.2 Αρνητικά των μετρητών

Ένα σημαντικό μειονέκτημα αλλά και επικίνδυνο ταυτόχρονα για την κοινωνία είναι ότι τα μετρητά διευκολύνουν τη «μαύρη οικονομία» και την αποταμίευση παράνομου πλούτου. Πιο συγκεκριμένα, τα μετρητά μπορεί να ενισχύουν τη φοροδιαφυγή, κάτι το οποίο σε κρατικό επίπεδο σημαίνει μειωμένα έσοδα από φόρους και κοινωνικές ασφαλίσεις. Οπότε, αυτού του είδους η παραοικονομία, μπορεί να οδηγήσει και σε υψηλότερους φορολογικούς συντελεστές που θα υποστούν οι υπόλοιποι πολίτες (Krueger & Seitz, 2018). Πέρα όμως από τους υψηλούς φορολογικούς συντελεστές, τέτοιου είδους συμπεριφορές οδηγούν και σε μια παραμόρφωση κάποιων οικονομικών δεικτών, όπως για παράδειγμα ο δείκτης του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ). Όλο αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην υπάρχει μια ρεαλιστική εικόνα που να αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα της χώρας. Παρόλα αυτά, η φράση «μαύρη οικονομία», κατά πολλούς, μπορεί να σημαίνει διάφορες καθημερινές παρανομίες που υφίσταται ο καταναλωτής σε προσωπικό επίπεδο, όπως για παράδειγμα να μην κοπεί απόδειξη από τον υδραυλικό ή από τον γιατρό (Krueger & Seitz, 2018). Πέρα όμως από τις καθημερινές παρανομίες, οι οποίες είναι αισθητές από τον μέσο καταναλωτή,

υπάρχουν και διάφορες σοβαρότερες. Σύμφωνα με τους Krueger and Seitz (2018), η ίδια διαδικασία συμβαίνει σε περιπτώσεις εκβιασμού, λαθρεμπορίου ή ακόμα και στη διακίνηση ναρκωτικών. Συνεπώς, παρόλο που η ιδιωτικότητα για κάποιους είναι μια θετική πτυχή των μετρητών, για κάποιους άλλους είναι ένας τρόπος ώστε να παρανομήσουν.

Πέρα όμως από την παραοικονομία, τα μετρητά διευκολύνουν τη δημιουργία πλαστών χαρτονομισμάτων (Swiecka et al., 2021). Επιτήδαιοι, προσπαθούν με τη δημιουργία πλαστών χαρτονομισμάτων να εξαπατήσουν τους πωλητές ώστε να αγοράσουν ένα αγαθό ή μια υπηρεσία χωρίς να χρεωθούν πραγματικά.

Σε κυβερνητικό επίπεδο, τα μετρητά θεωρούνται ένα μέσο πληρωμής το οποίο ενισχύει την ιδιωτικότητα και δεν επιτρέπει την πλήρη παρακολούθηση των δραστηριοτήτων των πολιτών (Amromin & Chakarorti, 2007). Ο Rogoff (2014) υποστηρίζει ότι στις περισσότερες χώρες πάνω από το 50% του χρήματος χρησιμοποιείται από τους πολίτες έτσι ώστε να αποκρύψουν διάφορες συναλλαγές τους. Βάση αυτού, ο σημαντικότερος στόχος των κυβερνήσεων είναι να προωθήσουν νέους τρόπους πληρωμής (όπως είναι οι χρεωστικές κάρτες) έτσι ώστε να περιορίσουν την παραοικονομία μέσω της παρακολούθησης (Hoang & Vu, 2020).

Ένα επίσης μειονέκτημα είναι ότι η χρήση των μετρητών, κάποιες φορές, μπορεί να μετατραπεί σε μια χρονοβόρα διαδικασία. Παρόλα αυτά, υπάρχουν σχετικά λίγες ενδείξεις πως η χρήση κάρτας εξοικονομεί χρόνο κατά την αγορά σε σύγκριση με τα μετρητά (Krueger & Seitz, 2018).

Γενικά, όταν οι καταναλωτές έχουν στο πορτοφόλι τους μετρητά είναι πιο εύκολο να υποστούν κλοπή ή απώλεια χρημάτων. Σύμφωνα με τους Foster et al. (2020), σε έρευνα που διενεργήθηκε το έτος 2019, με θέμα την αξιολόγηση των διάφορων μεθόδων πληρωμής, αναφέρθηκε πως στην περίπτωση των μετρητών, ένας στους πέντε καταναλωτές έχει υποστεί κλοπή ή απώλεια και ένας στους δέκα έχει πληροφορηθεί για κλοπή ή απώλεια μετρητών στο οικείο περιβάλλον του.

Τέλος, δεν θα πρέπει να παραληφθεί πως τα μετρητά κοστίζουν (Caskey et al., 1994). Για να παραχθούν χρήματα υπάρχουν κάποια κόστη, όπως για παράδειγμα τα κόστη έκδοσης, μεταφοράς αλλά και αποθήκευσης (Swiecka et al., 2021). Παρόλα αυτά, σημαντικός είναι ο όρος «Seigniorage» που αφορά το κόστος παραγωγής του χρήματος

και της αξίας του στην αγορά. Το κόστος παραγωγής πρέπει υποχρεωτικά να είναι μικρότερο της αξίας των παραγόμενων μετρητών (Amromin & Chakarorti, 2007). Πέρα όμως από το κόστος έκδοσης μετρητών, υπάρχει και το προσωπικό κόστος που αφορά τους ίδιους τους καταναλωτές. Ένα τέτοιο κόστος, παραδείγματος χάριν, μπορεί να σχετίζεται με τον χρόνο που ξοδεύει ο καταναλωτής μέχρις ότου να πραγματοποιήσει ανάληψη μετρητών από τα μηχανήματα αυτόματης ανάληψης (ATM's) (Krueger & Seitz, 2018).

2.3 Κοινωνίες χωρίς τη χρήση μετρητών (Cashless Societies)

Οι παραδοσιακές μέθοδοι πληρωμής και ιδίως τα μετρητά, προκαλούν στους καταναλωτές ένα αίσθημα ανασφάλειας, αφού τα καθιστά δύσκολα για μεταφορά (είτε λόγω απώλειας είτε λόγω κλοπής). Η προοπτική μιας κοινωνίας που θα λειτουργεί χωρίς μετρητά φαίνεται ότι πλησιάζει (Lorenz, 2009). Ο Rogoff πρότεινε να καταργηθούν γενικά τα χαρτονομίσματα μεγάλης αξίας για ένα μεγάλο χρονικό διάστημα (McAndrews, 2020). Ήδη από το 2016 η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) έχει καταργήσει τα χαρτονομίσματα αξίας πεντακοσίων ευρώ (Krueger & Seitz, 2018).

Ο Rogoff, επίσης πιστεύει πως πέρα από την κατάργηση των χαρτονομισμάτων μεγάλης αξίας, ίσως θα πρέπει να καταργηθούν και τα χαρτονομίσματα μέσης αξίας, όπως για παράδειγμα τα χαρτονομίσματα αξίας πενήντα και εκατό ευρώ αντίστοιχα. Το επιχείρημα στοχεύει στην εξάλειψη των αρνητικών δραστηριοτήτων που συμβαίνουν με τη χρήση μετρητών. Πιστεύει πως μετά το πέρας της κατάργησης, θα μειωθεί σημαντικά η εγκληματικότητα. Αυτό θα συμβεί επειδή το κάθε νόμισμα υψηλής αξίας θα θεωρείται σπάνιο, με αποτέλεσμα οι εγκληματίες να φοβούνται να συναλλάσσονται με τη χρήση μετρητών. Όλο αυτό, θα τους αναγκάσει να αναζητήσουν κάποιο άλλο μέσο το οποίο θα λειτουργήσει ως υποκατάστατο των μετρητών. Παρόλο που η γνώμη του θεωρείται βάσιμη, ο ίδιος πιστεύει πως είναι δύσκολο οι καταναλωτές να ζήσουν σε ένα κόσμο με περιορισμούς (McAndrews, 2020).

Κεφάλαιο 3^ο: Παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής

Οι πληρωμές αγαθών και υπηρεσιών αποτελούν ένα μεγάλο μέρος της ζωής του ανθρώπου (Runnermark et al., 2015). Υπάρχουν πολλοί τρόποι πληρωμής που ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει ώστε να ολοκληρώσει μια συναλλαγή (Hernandez et al., 2014). Η βιβλιογραφία που αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής από τους καταναλωτές έχει αυξηθεί τις τελευταίες δύο δεκαετίες λόγω και της διάδοσης και άλλων μέσων πληρωμής πλην των μετρητών (Simon et al., 2010).

Οι τράπεζες προσπαθούν με διάφορους τρόπους να προσελκύσουν ολοένα και περισσότερους καταναλωτές έτσι ώστε να τους χορηγήσουν χρεωστικές κάρτες, προσφέροντας τους διάφορα οφέλη (Hoang & Vu, 2020). Έρευνα που πραγματοποιήθηκε για να εξετάσει την προθυμία των Βιετναμέζων καταναλωτών να εκδώσουν και να χρησιμοποιήσουν χρεωστική κάρτα, έδειξε ότι επιθυμούν την απόκτηση της χρεωστικής κάρτας για τα προνόμια που τους παρέχονται, όπως για παράδειγμα η υψηλή προστασία των προσωπικών δεδομένων, η ευκολία ανάληψης μετρητών αλλά και διάφορα επιτόκια καταθέσεων που προσφέρονται από τον εκάστοτε τραπεζικό πάροχο (Truong et al., 2020).

Οι επιχειρήσεις με τη σειρά τους αναπροσαρμόζονται βάσει των επιθυμιών των καταναλωτών και της κοινωνίας. Το ίδιο συμβαίνει και με την ψηφιοποίηση των συναλλαγών (Knezevic et al., 2019). Οι καταναλωτές με τη συμβολή της τεχνολογίας, πραγματοποιούν συναλλαγές ενώ δεν βρίσκονται στον ίδιο χώρο με τον πωλητή (Lorenz, 2009). Η κατάσταση αυτή έχει επηρεάσει τον καταναλωτή στην τελική επιλογή του μέσου πληρωμής. Γενικά όμως, οι χρεωστικές κάρτες θεωρούνται πολύ σημαντικές επειδή μπορούν να υποκαταστήσουν τα μετρητά σε μια συναλλαγή. Οι υποστηρικτές της χρεωστικής κάρτας πιστεύουν ότι η χρεωστική κάρτα, ως μέθοδος πληρωμής, είναι περισσότερο αποτελεσματική όσον αφορά το κόστος (cost-effective) (Caskey et al., 1994).

Συνεπώς, ο καταναλωτής και γενικά ο κάθε άνθρωπος, επιλέγει το μέσο πληρωμής σύμφωνα με τα οφέλη που απολαμβάνει από αυτό, καθώς προσπαθεί να βρει τον καλύτερο τρόπο ώστε να επιτύχει διάφορες επιθυμίες του, με το μέγιστο προσωπικό

όφελος. Μια από τις θεωρίες οι οποίες θα μπορούσαν να ερμηνεύσουν αυτήν την προσπάθεια του καταναλωτή είναι η θεωρία της ορθολογικής επιλογής. Η θεωρία αυτή βασίζεται στην ανάλυση κόστους-οφέλους (cost-benefit analysis). Οι Hoang et al. (2020), στην έρευνα τους προσπάθησαν να εξηγήσουν τη θεωρία της ορθολογικής επιλογής βάση της χρήσης της χρεωστικής κάρτας έναντι των μετρητών.

Γενικά, η θεωρία της ορθολογικής επιλογής βασίζεται σε τρία βασικά σημεία:

1. Στις πεποιθήσεις του καταναλωτή.
2. Στις ατομικές προτιμήσεις του καταναλωτή.
3. Και στους διάφορους πιθανούς περιορισμούς.

Ο καταναλωτής όταν συναλλάσσεται έχει τη δυνατότητα είτε να πληρώσει με μετρητά είτε να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική του κάρτα. Κάθε μία από τις επιλογές έχει τα δικά της κόστη-οφέλη. Η προθυμία, δηλαδή, του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει τελικά χρεωστική κάρτα είναι ουσιαστικά μια ανάλυση κόστους-οφέλους. Με λίγα λόγια ο καταναλωτής επιθυμεί να μεγιστοποιήσει τα οφέλη από τη χρήση της χρεωστικής κάρτας και να ελαχιστοποιήσει τα πιθανά κόστη. Έτσι, όταν ο καταναλωτής βρίσκεται στο σημείο να πληρώσει μια συναλλαγή, δημιουργεί στο μυαλό του μια διαδικασία κατά την οποία αξιολογεί τα θετικά και τα αρνητικά και πράττει αναλόγως. Σύμφωνα με τους ερευνητές, ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα οφέλους κατά τη χρήση της χρεωστικής κάρτας είναι η ταχύτητα της συναλλαγής, κάτι το οποίο προσφέρει στον καταναλωτή εξοικονόμηση χρόνου. Αυτή η ταχύτητα υφίσταται λόγω της συμβολής της τεχνολογίας στον χώρο των πληρωμών. Παρόλα αυτά, για κάποιους ηλικιωμένους ή καταναλωτές οι οποίοι δεν έχουν εξοικειωθεί ακόμα με τα επιτεύγματα της τεχνολογίας, δεν μπορεί να χαρακτηριστεί ως όφελος. Από την άλλη μεριά, ένα πιθανό κόστος για τους καταναλωτές είναι οι χρεώσεις (charges-fees) οι οποίες εμφανίζονται σε κάποιες συναλλαγές και θεωρούνται μια επιπλέον επιβάρυνση για τους καταναλωτές (Hoang et al., 2020).

Παρόλα αυτά, υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του μέσου πληρωμής από τον καταναλωτή. Οι παράγοντες αυτοί είναι πολύ πιθανόν να λειτουργούν και συνδυαστικά μεταξύ τους, αφού η επιλογή του μέσου πληρωμής θεωρείται μια πολυπαραγοντική υπόθεση.

3.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών, στις έρευνες που μελετούν την επιλογή του μέσου πληρωμής, αποτελούν στατιστικά σημαντικές μεταβλητές. Η έρευνα των Bortzekowsk et al. (2006) η οποία απευθύνθηκε σε 1.501 νοικοκυριά στην Αμερική, επισήμανε ότι οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, όσο αυξάνεται η ηλικία του χρήστη της κάρτας, τόσο μειώνεται η πιθανότητα να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές του. Παρόλα αυτά, αν ο καταναλωτής έχει κατανοήσει τον ρόλο της χρεωστικής κάρτας, δεν θα έχει λόγο να μεταβάλλει τη συμπεριφορά του. Πέρα όμως από την ηλικία, και η εκπαίδευση σχετίζεται άμεσα με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται ότι το 38% των χρηστών της χρεωστικής κάρτας είχε απολυτήριο λυκείου, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 60%, κατείχε κάποιου είδους πτυχίο πέραν από αυτό της βασικής εκπαίδευσης. Τα μέλη των νοικοκυριών που έχουν υψηλότερη μόρφωση τείνουν να χρησιμοποιούν τις χρεωστικές κάρτες πιο εντατικά σε αντίθεση με τους λιγότερο μορφωμένους καταναλωτές. Όσον αφορά το εισόδημα, όταν ο καταναλωτής διαθέτει υψηλό εισόδημα είναι περισσότερο πιθανό να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική κάρτα, από ότι τα μετρητά για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του (Bortzekowsk et al., 2006).

Παρόμοια έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τους Lee et al. (2007) με δείγμα 4.519 καταναλωτών, έδειξε ότι οι χρήστες των χρεωστικών καρτών είναι πιο πιθανό να είναι νεότεροι, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και να διαθέτουν υψηλά εισοδήματα. Επίσης, η συγκεκριμένη έρευνα ανέφερε ότι οι άνδρες είναι πιθανότερο να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική κάρτα για την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους σε αντίθεση με τις γυναίκες. Σε αντίθετο συμπέρασμα, κατέληξαν οι Borzekowsk et al. (2006), οι οποίοι έδειξαν ότι οι γυναίκες παρουσιάζουν υψηλότερη χρήση της χρεωστικής κάρτας σε αντίθεση με τους άνδρες καταναλωτές.

Παρατηρείται επίσης, ότι υπάρχουν πολλοί νέοι καταναλωτές (κάτω των 30 ετών) οι οποίοι χρησιμοποιούν συστηματικά τις χρεωστικές κάρτες. Οι περισσότεροι καταναλωτές αυτής της ηλικιακής ομάδας αξιοποιούν την τεχνολογία και πραγματοποιούν συστηματικά ηλεκτρονικές αγορές, με την αιτιολογία ότι με αυτόν τον τρόπο εξοικονομούν χρόνο. Οι κάτοχοι χρεωστικής κάρτας που βρίσκονται μεταξύ

δεκαοχτώ και τριάντα ετών, είναι συνήθως άνδρες, απόφοιτοι ή φοιτούν σε δημόσια σχολή ή σε κάποιο κολλέγιο. Αυτή η κατηγορία χρηστών, χρησιμοποιεί συχνότερα τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές της σε σύγκριση με τα μετρητά (Truong et al., 2020).

Από την άλλη πλευρά, οι άνεργοι καταναλωτές τείνουν να χρησιμοποιούν περισσότερο τα μετρητά στις συναλλαγές τους, κάτι το οποίο δεν παρατηρείται από τους μισθωτούς καταναλωτές, οι οποίοι στρέφονται περισσότερο στη χρεωστική κάρτα (Stavins, 2018).

Παρόμοια αποτελέσματα παρουσίασαν οι Caddy et al. (2020) για τους Αυστραλούς καταναλωτές σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2019. Οι Αυστραλοί πραγματοποίησαν το 40% των συναλλαγών τους με τη χρήση της χρεωστικής τους κάρτας. Αυτές οι συναλλαγές έγιναν από όλες τις ηλικίες, παρόλα αυτά συχνότερη ήταν η χρήση κάρτας από τους νεότερους καταναλωτές. Σημαντικό όμως στη συγκεκριμένη έρευνα, είναι ότι παρουσιάστηκε μια σχετική αύξηση χρήσης της χρεωστικής κάρτας από άτομα που ηλικιακά κατατάσσονται στη μέση ηλικία, οι οποίοι πραγματοποίησαν το 20% των συναλλαγών τους με τη χρήση της χρεωστικής τους κάρτας.

Ένα άλλο δημογραφικό χαρακτηριστικό, που σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, φαίνεται να επηρεάζει τη χρήση χρεωστικής κάρτας ή μετρητών είναι η οικογενειακή κατάσταση. Σύμφωνα με τους Borzekowsk et al. (2006), η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού θα επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο θα πληρώσει τη συναλλαγή του ο καταναλωτής. Πιο συγκεκριμένα, αν ο καταναλωτής είναι έγγαμος είναι περισσότερο πιθανό να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική του κάρτα στις συναλλαγές του από ότι ένας καταναλωτής που είναι άγαμος. Επίσης, αν ο καταναλωτής έχει παιδιά πάλι είναι πιθανότερο να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική του κάρτα για να πληρώσει τις συναλλαγές του σε αντίθεση με τους καταναλωτές οι οποίοι δεν έχουν παιδιά.

Όσον αφορά τον τόπο κατοικίας του καταναλωτή, σύμφωνα με τους Caddy et al. (2020), φαίνεται πως επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από την παρατήρηση των συναλλαγών των Αυστραλών καταναλωτών για το έτος 2019, οι καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν πως κατοικούν σε περιοχές της επαρχίας χρησιμοποίησαν τη χρεωστική κάρτα για το 59% των συναλλαγών τους. Παρόλα αυτά οι καταναλωτές που δήλωσαν πως ζουν στην πρωτεύουσα πραγματοποίησαν τις συναλλαγές τους με χρεωστική κάρτα κατά 6% περισσότερο από τους καταναλωτές της επαρχίας (65%). Πριν δέκα χρόνια, οι καταναλωτές που κατοικούσαν στην επαρχία

χρησιμοποιούσαν κατά κύριο λόγο τα μετρητά στις συναλλαγές τους (62%), όπως και οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι κατοικούσαν στην πρωτεύουσα (61%).

Συνεπώς, η χρήση της κάρτας αυξάνεται όταν ο καταναλωτής είναι νεότερος, παντρεμένος, μισθωτός, με μόνιμη κατοικία στην πρωτεύουσα, με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και διαθέτει υψηλό εισόδημα. Η συμπεριφορά, όμως των καταναλωτών με χαμηλό εισόδημα παρουσιάζει διαφοροποιήσεις. Σε έρευνά που πραγματοποίησε ο Shy (2020), τα άτομα με χαμηλό εισόδημα τείνουν να παρουσιάζουν χαμηλότερη ποικιλία στην επιλογή των μέσων πληρωμής. Γενικά, σύμφωνα με τον Shy (2020), υπάρχει ένα ποσοστό καταναλωτών με μέσο ετήσιο εισόδημα μηδέν έως δέκα χιλιάδες δολάρια οι οποίοι δεν διαθέτουν κάρτες (20,6%), μικρότερο είναι το αντίστοιχο ποσοστό (16,8%) των καταναλωτών με μέσο ετήσιο εισόδημα που δεν ξεπερνά τα είκοσι χιλιάδες δολάρια. Σε καταναλωτές με μέσο ετήσιο εισόδημα άνω των είκοσι χιλιάδων δολαρίων, όσο αυξάνεται το μέσο ετήσιο εισόδημα, τόσο αυξάνονται και οι κάτοχοι των καρτών. Το μεγαλύτερο ποσοστό από αυτούς που δήλωσαν ότι δεν είναι κάτοχοι καρτών, επισήμαναν ότι συμπεριφέρονται με αυτόν τον τρόπο επειδή δεν εμπιστεύονται την τράπεζα ή επειδή δεν έχουν αρκετά χρήματα ώστε να τα καταθέσουν σε μια τράπεζα. Τέλος, ανέφεραν ότι οι τράπεζες τους επιβαρύνουν με υψηλά τέλη με αποτέλεσμα να πληρώνουν περισσότερα για μια συναλλαγή. Όλα τα παραπάνω τους απωθούν από την έκδοση αλλά και χρήση των χρεωστικών καρτών. Ασφαλώς τα άτομα χαμηλού εισοδήματος συμπεριφέρονται διαφορετικά σε σχέση με τα άτομα που διαθέτουν υψηλότερα εισοδήματα. Έτσι, σύμφωνα με τον Shy (2020), αν οι καταναλωτές οι οποίοι δεν είναι κάτοχοι χρεωστικών καρτών εκδώσουν χρεωστική κάρτα τότε θα παρουσίαζαν μια διεύρυνση των μέσων πληρωμής, δηλαδή οι ίδιοι καταναλωτές θα πλήρωναν με διαφορετικά μέσα πληρωμής.

3.2 Το κόστος της συναλλαγής

Ένας σημαντικός παράγοντας που είτε λειτουργεί συνειδητά είτε υποσυνείδητα είναι το κόστος μιας συναλλαγής. Γενικά, η χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας από τους καταναλωτές σχετίζεται έντονα με το πόσο κοστίζει μια συναλλαγή. Η τιμή, τις περισσότερες φορές, θα δείξει την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής που θα χρησιμοποιήσει ο καταναλωτής. Η πιθανότητα χρήσης μετρητών μειώνεται, όταν η τιμή μιας συναλλαγής αυξάνεται (Simon et al., 2010). Σύμφωνα με τους Swiescka et al. (2021) τα μετρητά κυριαρχούν σε αγορές κάτω των δύο ευρώ, ενώ για αγορές υψηλότερες από δύο ευρώ, ο καταναλωτής τις περισσότερες φορές, πληρώνει με τη

χρεωστική του κάρτα. Παρόλο όμως, που η παραπάνω έρευνα δείχνει ότι η χρήση μετρητών παρατηρείται όταν οι συναλλαγές είναι πολύ μικρής αξίας ($\leq$ δύο ευρώ), άλλες έρευνες δείχνουν μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης μετρητών σε συναλλαγές αξίας μέχρι δέκα δολάρια (Caddy et al., 2020), ενώ η χρήση χρεωστικών καρτών είναι συχνότερη όταν η τιμή του αγαθού ξεπερνάει τα δέκα δολάρια (Simon et al., 2010). Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι η πιθανότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας αυξάνεται απότομα (περίπου 50%), αν η τιμή του αγαθού είναι παραπάνω από δέκα δολάρια (Arango et al., 2015). Παρόμοια έρευνα αναφέρει ότι η χρήση των μετρητών παραμένει ισχυρή αν η τιμή της συναλλαγής είναι κάτω από εικοσιπέντε δολάρια (Chen et al., 2019). Ίδιο είναι το αποτέλεσμα των Arango et al. (2015), οι οποίοι παρόλο που ανέφεραν ότι η πιθανότητα χρήσης μετρητών είναι πολύ υψηλή όταν η τιμή μιας συναλλαγής είναι μέχρι δέκα δολάρια, παρατήρησαν ότι υπάρχει μια τάση των καταναλωτών να πληρώνουν με μετρητά συναλλαγές που κοστίζουν μέχρι εικοσιπέντε δολάρια.

Όσον αφορά την επιλογή μέσου πληρωμής των Αμερικάνων καταναλωτών, οι οποίοι στο πλαίσιο έρευνας κατέγραφαν τις συναλλαγές τους σε ημερολόγια πληρωμών για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, διαπιστώθηκε ότι η μέση τιμή συναλλαγών που πραγματοποίησαν ήταν 16,93 δολάρια, ενώ ο μέσος όρος συναλλαγών ήταν τα 33,76 δολάρια. Τα αποτελέσματα έδειξαν μια θετική συσχέτιση τιμής και επιλογής του μέσου πληρωμής. Συγκεκριμένα, για συναλλαγές αξίας άνω των εκατό δολαρίων, ένα ποσοστό της τάξης του 40% προτίμησαν τις πιστωτικές κάρτες, ενώ ένα σχεδόν ίδιο ποσοστό (39%) προτίμησαν να χρησιμοποιήσουν τις χρεωστικές τους κάρτες ώστε να ολοκληρώσουν τις συναλλαγές τους. Από την άλλη πλευρά, για συναλλαγές αξίας δέκα δολαρίων και κάτω, οι ίδιοι καταναλωτές προτίμησαν να πληρώσουν με πιστωτική κάρτα κατά 11%, με χρεωστική κάρτα κατά 20% ενώ το υπόλοιπο ποσοστό αφορούσε τη χρήση μετρητών. Παρόλα αυτά, όσο η αξία της συναλλαγής αυξανόταν, τόσο παρατηρούνταν μια μείωση της συχνότητας χρήσης μετρητών. Σημαντικό είναι να τονιστεί ότι οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν τα μετρητά για μικρής αξίας συναλλαγές, δεν αποκλείεται να χρησιμοποιήσουν τα μετρητά και σε υψηλής αξίας συναλλαγές. Το ίδιο μπορεί να συμβεί με τις χρεωστικές κάρτες, δηλαδή δεν αποκλείεται να υπάρξει χρήση της χρεωστικής κάρτας σε μικρής αξίας συναλλαγές. Με λίγα λόγια, υπάρχουν καταναλωτές που προτιμούν να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους με τη χρήση της χρεωστικής τους κάρτας, ανεξάρτητα αν το κόστος

της συναλλαγής είναι χαμηλό (Stavins, 2018). Τέτοιου είδους συμπεριφορά εντοπίστηκε και στους Αυστραλούς καταναλωτές οι οποίοι χρησιμοποίησαν τη χρεωστική τους κάρτα για το 40% των συναλλαγών τους, ακόμα και για συναλλαγές μικρής αξίας (δέκα δολαρίων και κάτω) (Caddy et al., 2020).

Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με τις παραπάνω έρευνες, προκύπτουν τα εξής σχετικά με τον παράγοντα τιμή. Κοινό συμπέρασμα είναι ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τα μετρητά για συναλλαγές μικρής αξίας, ενώ συμβαίνει το αντίθετο με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας. Ωστόσο, υπάρχουν καταναλωτές που συμπεριφέρονται διαφορετικά και δεν επηρεάζονται πάντα από την αξία μιας συναλλαγής.

Ο λόγος που ο καταναλωτής συμπεριφέρεται ανάλογα με την αξία της συναλλαγής, σύμφωνα με τους Arango et al. (2015), είναι επειδή πιστεύει ότι είναι πιο γρήγορο και βολικό να πληρώνει με μετρητά συναλλαγές μικρής αξίας. Παρόλα αυτά, η ίδια έρευνα εξέτασε το πόσο βολική και γρήγορη είναι η χρήση χρεωστικής κάρτας με τη βοήθεια του POS και τη λειτουργία της ανέπαφης συναλλαγής. Έτσι αποδείχθηκε ότι οι χρεωστικές κάρτες και οι ανέπαφες λειτουργίες της κάρτας μπορούν να υποκαταστήσουν τα μετρητά σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό, μετατρέποντας τη διαδικασία της πληρωμής σε μια εύκολη και ταυτόχρονα γρήγορη διαδικασία (Arango et al., 2015).

3.3 Το είδος της συναλλαγής, η ημέρα και ο μήνας που πραγματοποιείται μια συναλλαγή

Το είδος μιας συναλλαγής, συσχετίζεται άμεσα με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής. Παρόλα αυτά, έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχουν έρευνες, σύμφωνα με τις οποίες μια κατηγορία προϊόντος ή υπηρεσίας αφορά κατά κύριο λόγο τη χρήση μετρητών, ενώ σε άλλες η χρήση της χρεωστικής κάρτας είναι υψηλότερη για την ίδια συναλλαγή (Simon et al., 2010). Σύμφωνα με την έκθεση της ομοσπονδιακής τράπεζας της Άτλαντας για το έτος 2019, το 70% των συναλλαγών των Αμερικανών καταναλωτών αφορούσαν γενικές αγορές με τις περισσότερες να ήταν λιανικού ενδιαφέροντος. Οι χρεωστικές κάρτες παρουσίασαν αυξημένη χρήση σε σχέση με τα μετρητά όσον αφορά τις προσωπικές αγορές. Οι καταναλωτές, δηλαδή, χρησιμοποιούν εντατικότερα τη χρεωστική τους κάρτα όταν επιθυμούν να πραγματοποιήσουν προσωπικές αγορές. Βάση αυτού, παρατηρείται αυξημένη χρήση κάρτας σε καταστήματα λιανικού ενδιαφέροντος. Το υπόλοιπο 30% των συναλλαγών τους αφορούσε διάφορες πληρωμές λογαριασμών (Foster et al., 2020). Γενικά, όσον αφορά

τις εξοφλήσεις λογαριασμών, οι καταναλωτές πληρώνουν συχνότερα με τη χρεωστική τους κάρτα παρά με τη χρήση μετρητών (Stavins, 2018).

Σύμφωνα με την έρευνα των Caddy et al. (2020), που πραγματοποιήθηκε σε 1.115 Αυστραλούς καταναλωτές για το έτος 2019, καταγράφηκαν 13.500 συναλλαγές. Οι καταναλωτές πλήρωσαν με μετρητά σε λαϊκές αγορές, καφέ, κλαμπ, καταστήματα τροφίμων (εκτός από Super-markets) και σε καταστήματα Fast-food. Αξιοσημείωτο είναι πως αυτές οι συναλλαγές αφορούσαν συναλλαγές, σε αξία, κάτω από δώδεκα δολάρια, κάτι το οποίο είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τον δεύτερο παράγοντα επίδρασης, την τιμή της συναλλαγής. Από την άλλη πλευρά, οι Αυστραλοί πραγματοποίησαν το 40% των συναλλαγών τους με τη χρήση της χρεωστικής τους κάρτας με κύρια πληρωμή τις συναλλαγές σε Super-markets (3/4 των πληρωμών). Γενικά, έχει παρατηρηθεί αυξημένη χρήση της χρεωστικής κάρτας στις συναλλαγές σε Super-Markets. Πιο συγκεκριμένα, η πιθανότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας αυξάνεται κατά 0,25 μονάδες για συναλλαγές που θα πραγματοποιηθούν σε ένα Super-Market ή σε ένα φαρμακείο, σε αντίθεση με συναλλαγές σε ένα εστιατόριο ή σε ένα Fast-food. Αντίθετα, η πιθανότητα χρήσης μετρητών αυξάνεται σε ένα εστιατόριο ή σε ένα Fast-food, κατά 0,25 μονάδες σε σύγκριση με τις συναλλαγές σε ένα super-market ή σε ένα φαρμακείο (Shy, 2019).

Η συμπεριφορά των καταναλωτών έχει αλλάξει ολοκληρωτικά σε σχέση με το παρελθόν. Σύμφωνα με τους Wang & Wolman (2016), η πιθανότητα χρήσης μετρητών σε ένα παντοπωλείο το 2001 ήταν 30%, ενώ το 2012 μειώθηκε κατά το ήμισυ. Την ίδια χρονιά, παρόλο που η χρήση μετρητών ήταν μειωμένη, η χρεωστική κάρτα παρουσίασε μια σχετική αύξηση. Πιο συγκεκριμένα, η πιθανότητα χρήσης της χρεωστικής κάρτας αυξήθηκε από 20% σε 30% για συναλλαγές σε ένα παντοπωλείο. Με λίγα λόγια, ο καταναλωτής παρόλο που ακόμα χρησιμοποιεί τα μετρητά στις συναλλαγές του, η συμπεριφορά του έχει αλλάξει με την πάροδο του χρόνου, δείχνοντας περισσότερο την προτίμηση του στη χρεωστική κάρτα και λιγότερο στα μετρητά.

Έχει παρατηρηθεί ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τα μετρητά κυρίως:

- Σε παζάρια-λαϊκές
- Σε κομμωτήρια
- Για αγορά εισιτηρίων
- Για διάφορες υπηρεσίες

- Για συναλλαγές που αφορούν επισκευές ή τοποθετήσεις νέων προϊόντων από ελεύθερους επαγγελματίες
- Αλλά και σε συναλλαγές που αφορούν την παροχή ιατρικών υπηρεσιών (Swiecka et al., 2021)

Από την άλλη πλευρά, οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τη χρεωστική τους κάρτα, συνήθως, για συναλλαγές που αφορούν κατά κύριο λόγο:

- Είδη τροφίμων
- Είδη ένδυσης και υπόδησης
- Συνδρομές γυμναστηρίων
- Σε Super-Markets
- Σε εμπορικά κέντρα
- Σε βενζινάδικα (Swiecka et al., 2021)

Παρόλο που παρατηρείται ότι το είδος μιας συναλλαγής είναι σημαντικός παράγοντας, η έρευνα των Wang & Wolman (2016) που μελέτησε δύο δισεκατομμύρια συναλλαγές σε διάρκεια τριών χρόνων, έδειξε ότι σημαντικός παράγοντας είναι η μέρα και ο μήνας που πραγματοποιείται μια συναλλαγή.

Όσον αφορά τη χρεωστική κάρτα, η χρήση της από τις πρώτες μέρες της εβδομάδας, παρουσίασε συνεχόμενες αυξήσεις, με το κορύφωμα να παρουσιάζεται την Πέμπτη. Την Παρασκευή παρατηρήθηκε μια σχετικά μειωμένη χρήση της χρεωστικής κάρτας από τους καταναλωτές, αλλά το Σαββατοκύριακο παρουσιάζεται πάλι μια έντονη και εντατική χρήση των χρεωστικών καρτών.

Όσον αφορά τα μετρητά, τις πρώτες μέρες της εβδομάδας, παρατηρήθηκε μειωμένη χρήση μετρητών από τους καταναλωτές, ώσπου την Παρασκευή, παρουσιάστηκε μια αξιοσημείωτη αύξηση στη χρήση μετρητών, το οποίο συνδέεται άμεσα με την μειωμένη χρήση της χρεωστικής κάρτας. Το Σάββατο τα μετρητά παρουσίασαν μια μικρή μείωση, παρόλα αυτά η χρήση των μετρητών παρέμεινε σε υψηλά επίπεδα. Παρόλη την αυξημένη χρήση μετρητών της Παρασκευής και του Σαββάτου, την Κυριακή οι καταναλωτές στράφηκαν από τα μετρητά στη χρεωστική κάρτα, παρουσιάζοντας έτσι μια αξιοσημείωτη μείωση της χρήσης μετρητών. Οι ερευνητές για την αξιοπιστία των αποτελεσμάτων, συσχέτισαν τη μέρα που πραγματοποιήθηκαν οι συναλλαγές με την τιμή των συναλλαγών. Το Σαββατοκύριακο που η χρεωστική

κάρτα χρησιμοποιήθηκε εντατικά από τους καταναλωτές, παρατηρήθηκε πως κυριαρχούσαν οι συναλλαγές που ήταν μεγαλύτερες από πενήντα δολάρια. Σε αντίθεση όμως με τη χρεωστική κάρτα, την Παρασκευή που παρατηρήθηκε η μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης των μετρητών οι καταναλωτές χρησιμοποίησαν τα μετρητά ανεξαρτήτως αξίας.

Σημαντικός παράγοντας είναι και ο μήνας που πραγματοποιείται μια συναλλαγή. Η ίδια έρευνα χώρισε και μελέτησε το δείγμα των συναλλαγών ανά έξι μήνες για τρία συνεχόμενα χρόνια, ξεκινώντας από τον Απρίλιο του 2011 και φτάνοντας μέχρι τον Μάρτιο του 2013. Όσον αφορά τη χρεωστική κάρτα, η χρήση της κάρτας παρουσίαζε συνεχείς αυξομειώσεις. Πιο συγκεκριμένα, η χρήση της χρεωστικής κάρτας, καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνας, παρουσίασε συνεχείς αυξήσεις γεγονός που δείχνει την αυξανόμενη χρήση χρεωστικής κάρτας. Οι καταναλωτές κάθε εξάμηνο έδειχναν περισσότερο την προτίμηση τους στη χρεωστική κάρτα και λιγότερο στα μετρητά. Παρόλη όμως την αυξημένη χρήση χρεωστικών καρτών, το μόνο παράδοξο που παρατηρήθηκε, όσον αφορά τον μήνα που πραγματοποιείται μια συναλλαγή, είναι ότι υπάρχει μια σημαντικά μειωμένη χρήση της χρεωστικής κάρτας κατά τον μήνα Δεκέμβριο, η οποία σύμφωνα με τους ερευνητές οφείλεται στο γεγονός ότι διανύεται εορταστική περίοδος.

Τα μετρητά, λειτουργούν ακριβώς αντίθετα σε σχέση με τις χρεωστικές κάρτες. Όταν η χρεωστική κάρτα παρουσιάζει μειωμένη χρήση, αναμένεται αυξημένη χρήση μετρητών και το αντίθετο. Από τις αρχές Μαρτίου κιόλας, άρχισε να διαφαίνεται πως ο κόσμος αρχίζει να στρέφεται σε νέους τρόπους πληρωμής, παρόλα αυτά κατά την διάρκεια των τριών ετών παρατηρείται πως κάποιες περιόδους παρουσιάζεται αυξημένη χρήση μετρητών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι ο μήνας Δεκέμβριος, όπου παρατηρήθηκε μειωμένη χρήση της χρεωστικής κάρτας και ταυτόχρονα μια σημαντική αύξηση χρήσης μετρητών. Όσον αφορά το κόστος των συναλλαγών για τον μήνα Δεκέμβριο, η χρήση μετρητών πραγματοποιούνταν κυρίως για συναλλαγές αξίας άνω των πενήντα δολαρίων (Wang & Wolman, 2016)

3.4 Οικονομικός προϋπολογισμός

Ο οικονομικός προϋπολογισμός παίζει σημαντικό ρόλο στην τελική επιλογή του μέσου πληρωμής από τους καταναλωτές και φαίνεται ότι ο οικονομικός προϋπολογισμός συσχετίζεται με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής (Hernandez et al., 2014).

Γενικά τα νοικοκυριά έχουν αναπτύξει μια οικειότητα στο θέμα του οικονομικού προϋπολογισμού, κάτι το οποίο οφείλεται κατά κύριο λόγο στην οικονομική κρίση. Οι καταναλωτές δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στην πραγματοποίηση συναλλαγών με το μέσο πληρωμής με το οποίο θεωρούν ότι θα είναι πιο αποτελεσματικός ο προϋπολογισμός τους.

Η διαδικασία του οικονομικού προϋπολογισμού αποτελείται από δύο βασικά στάδια. Πρώτα σχεδιάζεται και ορίζονται ποιες θα είναι οι δαπάνες για ένα συγκεκριμένο διάστημα στο μέλλον, με δεδομένα τα χρήματα που θα λάβουν το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Το επόμενο στάδιο του οικονομικού προϋπολογισμού σχετίζεται με τον έλεγχο, όπου οι καταναλωτές ελέγχουν αν οι δαπάνες τους συμβαδίζουν με το πλάνο του σχεδιασμένου προϋπολογισμού τους.

Η παρακολούθηση και η διαχείριση των οικονομικών δραστηριοτήτων θεωρείται μια δύσκολη, κουραστική αλλά ταυτόχρονα μια ιδιαίτερα σημαντική διαδικασία για τους καταναλωτές. Θεωρείται δύσκολη και κουραστική γιατί πρέπει να θυμούνται και να καταγράφουν συνεχώς τις δαπάνες τους. Πολλοί όμως είναι οι καταναλωτές οι οποίοι τείνουν να ξεχνούν κάποιες συναλλαγές που πραγματοποίησαν στο παρελθόν, κάτι το οποίο παρατηρείται ιδιαίτερα όταν ο καταναλωτής πραγματοποιεί συναλλαγές μικρής αξίας με τη χρήση μετρητών.

Στην περίπτωση των μετρητών, οι καταναλωτές θα πρέπει να θυμούνται τα χρήματα που είχαν στο πορτοφόλι τους και να κάνουν συνεχώς πράξεις και καταγραφές εξόδων ώστε να έχουν μια άμεση εικόνα των δαπανών τους. Παρόλα αυτά, τα πράγματα δεν είναι τόσο απλά. Οι καταναλωτές πέρα από τη μνήμη τους, θα πρέπει να κρατούν τις αποδείξεις των συναλλαγών τους ώστε να εξακριβώνονται απολύτως οι συναλλαγές τους (Hernandez et al., 2014).

Από την άλλη πλευρά, σύμφωνα με τον Lorenz (2009), οι χρεωστικές κάρτες παρέχουν τη δυνατότητα στους καταναλωτές να παρακολουθούν συνεχώς οποιαδήποτε κίνηση. Έτσι με τη συμβολή της τεχνολογίας, οι πάροχοι των χρεωστικών καρτών έχουν δημιουργήσει διάφορες πλατφόρμες κατά τις οποίες οι καταναλωτές έχουν γρήγορη και άμεση πρόσβαση στον τραπεζικό τους λογαριασμό. Αυτές οι πλατφόρμες καταγράφουν οποιαδήποτε συναλλαγή, κάτι το οποίο προσδίδει ένα αίσθημα εμπιστοσύνης στον προϋπολογισμό του καταναλωτή. Όλο αυτό δείχνει ότι τα μετρητά υστερούν στην παροχή πληροφοριών έναντι των χρεωστικών καρτών (Hernandez et al., 2014).

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, η επιθυμία για παρακολούθηση και έλεγχο των συναλλαγών διαφέρει μεταξύ των καταναλωτών, κάτι το οποίο σχετίζεται άμεσα με τον πρώτο παράγοντα επίδρασης, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών. Σύμφωνα με τους Hernandez et al. (2014), υπάρχει μια έντονη επιθυμία για παρακολούθηση των συναλλαγών τους από άτομα με χαμηλό εισόδημα, αλλά και από άτομα με αδυναμία συγκράτησης πληροφοριών. Θα πρέπει να αναφερθεί ότι η χρήση της κάρτας σε συνάρτηση με την ηλικία μπορεί να απεικονιστεί διαγραμματικά με το αγγλικό γράμμα U. Τα άκρα του σχήματος αποτελούν οι νέοι και οι συνταξιούχοι, όπου αυτά τα δύο άκρα επιθυμούν να παρακολουθούν τις δαπάνες τους περισσότερο σε σχέση με αυτούς που βρίσκονται στα μέσα της ηλικίας τους.

Πέρα από την παροχή πληροφοριών και τον έλεγχο του προϋπολογισμού, σημαντική διαφορά μεταξύ των δύο αυτών μέσων πληρωμής είναι ο σχεδιασμός του προϋπολογισμού. Σύμφωνα με τους Hernandez et al. (2014), οι καταναλωτές θέτουν όρια στον προϋπολογισμό τους, για ένα συγκεκριμένο χρόνο, ώστε να αποφευχθούν οι υπερβολικές δαπάνες. Δηλαδή οι καταναλωτές, στην αρχή του προϋπολογισμού, προκαθορίζουν τις δαπάνες τους ώστε να κυλήσει ομαλά ο σχεδιασμένος προϋπολογισμός τους. Με τη χρήση μετρητών, οι καταναλωτές ξοδεύουν μόνο όσα χρήματα έχουν στο πορτοφόλι τους και είχαν υπολογίσει να ξοδέψουν στην αρχή του προϋπολογισμού τους, ενώ με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας, ο καταναλωτής μπορεί πιο εύκολα να οδηγηθεί σε υπερβολικές δαπάνες, αφού μπορεί να ξοδέψει όσο έχει υπόλοιπο στον τραπεζικό του λογαριασμό. Επομένως, οι χρεωστικές κάρτες ωθούν, κατά έναν τρόπο, τους καταναλωτές να πραγματοποιήσουν περισσότερες δαπάνες από αυτές που είχαν υπολογίσει στις αρχές του προϋπολογισμού τους.

Η παραπάνω θεώρηση των Hernadez et al. (2014), όσον αφορά τον προϋπολογισμό και τη συσχέτιση του με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής, παρουσιάζει ομοιότητες με τα αποτελέσματα της έρευνας των Arango et al. (2015). Σύμφωνα με τους οποίους, η χρήση της χρεωστικής κάρτας είναι αποτελεσματικότερη αν ο καταναλωτής στοχεύει σε έναν ορθό προϋπολογισμό με συνεχείς ελέγχους της πορείας του. Παρόλα αυτά, προσθέτει ότι ακόμα και σήμερα υπάρχουν άτομα τα οποία νιώθουν μεγαλύτερη ικανοποίηση όταν κοιτούν το πορτοφόλι τους και αντικρίζουν μετρητά.

Συμπερασματικά, η χρεωστική κάρτα παρέχει στους καταναλωτές τον ακριβή αριθμό συναλλαγών που πραγματοποίησαν, κάτι το οποίο εξυπηρετεί τους καταναλωτές που έχουν εντάξει τον οικονομικό προϋπολογισμό στη ζωή τους. Από την άλλη όμως πλευρά, με τη χρήση μετρητών, κατά τη διαδικασία του προϋπολογισμού, αποφεύγονται οι υπερβολικές δαπάνες αφού οι καταναλωτές ξοδεύουν όσα χρήματα είχαν προκαθορίσει να δαπανήσουν.

3.5 Προγράμματα Επιβράβευσης (Rewarding Programs)

Οι πάροχοι των χρεωστικών καρτών προσπαθούν να «πείσουν» τους καταναλωτές να εντάξουν στις ζωές τους, όσον το δυνατόν περισσότερο, τη χρεωστική κάρτα. Ένας τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι να δημιουργήσουν κίνητρα στους καταναλωτές. Ένα ιδιαίτερα σημαντικό κίνητρο είναι τα προγράμματα επιβράβευσης (Valverde & Zegarra, 2009). Τα προγράμματα επιβράβευσης παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του μέσου πληρωμής (Simon et al., 2010). Σύμφωνα με τους Ching et al. (2010) οι καταναλωτές σε ένα ποσοστό της τάξης του 14% λαμβάνουν συνεχώς ανταμοιβές από τους παρόχους τους. Τα προγράμματα ανταμοιβής ωθούν τους καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν τις χρεωστικές κάρτες περισσότερο από ότι τα μετρητά στις συναλλαγές τους, αφού μέσα από αυτήν τη διαδικασία θα έχουν ένα ξεκάθαρο όφελος (Wang & Wolman, 2016). Το σημαντικό όμως, είναι πόσο κερδισμένος είναι ο καταναλωτής από τα προγράμματα ανταμοιβής. Σε γενικές γραμμές, είναι δύσκολο να απαντηθεί η παραπάνω ερώτηση, αφού υπάρχει μια πολυπλοκότητα μεταξύ των συστημάτων ανταμοιβών (Ching et al., 2010). Η συχνότητα ασφαλώς και σχετίζεται με το πρόγραμμα που προσφέρει η εκάστοτε τράπεζα αλλά και από το πόσο συχνή είναι η χρήση της κάρτας, στα συνεργαζόμενα καταστήματα, από τους καταναλωτές.

Σύμφωνα με τους Valverde & Zegarra (2009), οι καταναλωτές δελεάζονται από τα προγράμματα ανταμοιβής που τους προσφέρονται. Τα προγράμματα επιβράβευσης

σχετίζονται είτε με συλλογή εξαργύρωσης πόντων είτε με εκπτώσεις ή επιστροφές χρημάτων. Πιο συγκεκριμένα για το έτος 2009, οι κάτοχοι καρτών συνέλλεξαν πόντους κατά 42,45%, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 7,23% έλαβαν κάποια δώρα μέσω των επιβραβεύσεων. Τέλος, ένα ποσοστό της τάξης του 10,6% έλαβε κάποια επιστροφή χρημάτων ως ανταμοιβή. Οι καταναλωτές που λαμβάνουν ανταμοιβές από τους παρόχους τους ενδέχεται να αυξήσουν τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας κατά 5%. Οι ερευνητές εξέτασαν πόσο επηρεάζουν, παραδείγματος χάριν, τα προγράμματα ανταμοιβής την επιλογή του μέσου πληρωμής σε συναλλαγές σε ένα Super-Market. Αναλυτικότερα, η πιθανότητα χρήσης χρεωστικών καρτών έναντι μετρητών αυξάνεται κατά περίπου 7% λόγω των ανταμοιβών που προσφέρονται (Valverde & Zegarra, 2009).

Σύμφωνα με τους Ching et al. (2010), αν καταργηθούν οι ανταμοιβές τότε ένα μικρό ποσοστό των καταναλωτών θα στραφούν από τη χρεωστική κάρτα στα μετρητά. Παρόλα αυτά, η πλειοψηφία των καταναλωτών με το πέρας της κατάργησης δεν θα αλλάξουν τις προτιμήσεις τους όσον αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής, δηλαδή θα συνεχίσουν ακόμα και αν δεν υπάρχουν ανταμοιβές, να χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους.

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, με τα προγράμματα επιβράβευσης ο καταναλωτής έχει ένα παραπάνω κίνητρο να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική του κάρτα ώστε να λάβει διάφορα προνόμια.

3.6 Τα ρέστα που λαμβάνει ο καταναλωτής κατά την πραγματοποίηση μιας συναλλαγής

Γενικά, οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τα μετρητά για μικρής αξίας συναλλαγές επειδή είναι πιο βολικό για τους ίδιους. Παρόλα αυτά, ο παράγοντας «ρέστα» μπορεί να δημιουργήσει κάποια προβλήματα στους ίδιους τους καταναλωτές. Έρευνα των Chen et al. (2019) που εστίασε στον παράγοντα «ρέστα», έδειξε πως παρόλο που τα μετρητά προσδίδουν μια ευκολία χρήσης, παρατηρείται ότι η ευκολία αυτή περιορίζεται λόγω των κερμάτων που λαμβάνονται ως ρέστα. Σύμφωνα με τους ερευνητές, όταν οι καταναλωτές πληρώνουν με μετρητά, λαμβάνουν ως ρέστα διάφορα χαρτονομίσματα και κέρματα. Τα κέρματα, τις περισσότερες φορές, ταλαιπωρούν τους καταναλωτές λόγω του ότι επιβαρύνουν το πορτοφόλι τους με ένα επιπλέον βάρος. Έχει παρατηρηθεί, λοιπόν, ότι οι καταναλωτές όταν πραγματοποιούν συναλλαγές,

σκέφτονται αρκετά ώστε να ελαχιστοποιήσουν τα κέρματα που θα λάβουν ως ρέστα (Chen et al., 2019).

Οι καταναλωτές, για αυτόν τον λόγο, έχουν υψηλότερη πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν μετρητά σε συναλλαγές αξίας μέχρι πέντε δολαρίων, ενώ η χρήση της χρεωστικής κάρτας θα προτιμηθεί περισσότερο από τους καταναλωτές όταν η αξία της συναλλαγής κοστίζει παραπάνω από πέντε δολάρια. Αυτό συμβαίνει γιατί όσο μικρότερη η συναλλαγή, τόσο μικρότερη θα είναι η πιθανότητα ο καταναλωτής να λάβει παραπάνω κέρματα ως ρέστα. Συνεπώς, σύμφωνα με τους Chen et al. (2019), ο παράγοντας «ρέστα» είναι στατιστικά σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του μέσου πληρωμής. Σήμερα, ο καταναλωτής έχει αρχίσει να σκέφτεται πλέον στρατηγικά με τι μέσο θα πληρώσει, αφού η μεταφορά μεταλλικών κερμάτων στο πορτοφόλι του είναι ένα πρόβλημα (Chen et al., 2019).

3.7 Χρεώσεις (Charges Fees)

Στην περίπτωση της χρεωστικής κάρτας, κάποιου είδους συναλλαγές εμπεριέχουν ένα επιπλέον κόστος, τις λεγόμενες χρεώσεις. Για αυτόν τον λόγο ο καταναλωτής πρέπει να σκεφτεί καλά όταν πραγματοποιεί πληρωμές, ώστε οι επιλογές που θα κάνει να είναι λιγότερο δαπανηρές για τον ίδιο (Caskey et al., 1994). Παρόλα αυτά, το κόστος των χρεώσεων ποικίλει ανάλογα με την εκάστοτε τράπεζα (Shy, 2020). Οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική τους κάρτα και όχι μετρητά, τα οποία δεν επιβαρύνονται με κάποια επιπλέον χρέωση ποικίλλουν. Σύμφωνα με τους Hoang & Vu (2020), οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους, παρά την επιβάρυνση με χρεώσεις, επειδή με τη χρησιμοποίηση της χρεωστικής κάρτας προσβλέπουν σε γρηγορότερη εξυπηρέτηση. Οι ερευνητές ρώτησαν τους καταναλωτές αν θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν για το σύνολο των συναλλαγών τους μόνο τη χρεωστική τους κάρτα, αφού όπως ανέφεραν πιστεύουν ότι τους παρέχεται γρηγορότερη εξυπηρέτηση. Οι ερωτηθέντες απάντησαν πως δεν θα μπορούσαν να το κάνουν, εξαιτίας των χρεώσεων που περιλαμβάνουν διάφορες συναλλαγές. Συνεπώς, η παρουσία των χρεώσεων έχει αρνητική επίδραση στους καταναλωτές (Borzekowsk et al., 2006) αφού τους απομακρύνει από τη χρήση της χρεωστικής κάρτας και τους στρέφει στη χρήση μετρητών. Αυτή η αλλαγή συμπεριφοράς παρατηρήθηκε στους Ολλανδούς καταναλωτές, οι οποίοι λόγω των προσαυξήσεων των χρεώσεων, στράφηκαν από τη χρεωστική κάρτα στα μετρητά (Stavins, 2018).

3.8 Συνήθεια

Η συνήθεια φαίνεται ότι είναι ένας παράγοντας που επιδρά και συσχετίζεται άμεσα με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής. Έχει παρατηρηθεί ότι παρόλη την ποικιλία των μέσων πληρωμής, υπάρχουν ακόμα καταναλωτές οι οποίοι χρησιμοποιούν μόνο μετρητά ή μόνο κάρτα (Shy, 2019). Ο Shy (2019), προσπάθησε να εξηγήσει για ποιον λόγο συμβαίνει αυτό. Έτσι, διεξήγαγε έρευνα η οποία απευθύνθηκε αρχικά σε 1.143 καταναλωτές για τα έτη 2016, 2017 και 2018. Η έρευνα έγινε με τη χρήση ημερολογίου πληρωμής, όπου οι καταναλωτές έπρεπε να καταγράφουν τις πληρωμές που πραγματοποίησαν τις συγκεκριμένες μέρες της έρευνας. Οι μέρες της έρευνας ήταν τρεις για το κάθε έτος, δηλαδή το σύνολο της έρευνας αφορούσε εννιά μέρες για αυτά τα τρία έτη (τρία χρόνια επί τρεις μέρες το κάθε έτος). Τα 1.143 άτομα πραγματοποίησαν σε αυτές τις εννιά μέρες 15.118 συναλλαγές, παρόλα αυτά αποκλείστηκαν από την έρευνα τα άτομα που πραγματοποίησαν ελάχιστες πληρωμές. Το τελικό δείγμα αφορούσε 755 ερωτηθέντες οι οποίοι πραγματοποίησαν 8.570 συναλλαγές, με μικρότερη συναλλαγή τα 15,50 δολάρια και τη μεγαλύτερη τα 15.345 δολάρια. Η έρευνα έδειξε ότι το 13% του δείγματος χρησιμοποιούσε μόνο έναν τρόπο για να πληρώσει τις συναλλαγές του. Ο Shy (2019), θεώρησε σημαντική την παρατήρηση πως υπήρχαν ερωτηθέντες οι οποίοι έκαναν περισσότερες από είκοσι πληρωμές και χρησιμοποίησαν σε όλες τις συναλλαγές τους το ίδιο μέσο πληρωμής. Πιο συγκεκριμένα, το 17,4% χρησιμοποίησε μόνο μετρητά, ενώ το 39,9% χρησιμοποίησε μόνο χρεωστική κάρτα για να πραγματοποιήσει τις συναλλαγές του. Η πιθανότητα ο καταναλωτής να χρησιμοποιήσει τελικά μετρητά για μια συναλλαγή αυξάνεται κατά 0,29 αν η προηγούμενη συναλλαγή έγινε πάλι με μετρητά, ενώ αν η προηγούμενη συναλλαγή έγινε με τη χρεωστική κάρτα, η πιθανότητα να χρησιμοποιήσει ο καταναλωτής πάλι τη χρεωστική κάρτα αυξάνεται κατά 0,47 (Shy, 2019).

Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα, παρατηρείται ότι η συνήθεια έχει σημαντική επίδραση στον καταναλωτή, διότι αν ο καταναλωτής πληρώσει μια συναλλαγή με ένα συγκεκριμένο μέσο, υπάρχει υψηλή πιθανότητα να επιλέξει πάλι το ίδιο μέσο για να πραγματοποιήσει τις μελλοντικές του αγορές.

3.9 Εξοικονόμηση χρόνου στις συναλλαγές λόγω της συμβολής της τεχνολογίας

Οι καταναλωτές κατά την πραγματοποίηση των συναλλαγών τους επιθυμούν να εξοικονομούν χρόνο. Προσδοκούν δηλαδή μια γρήγορη εξυπηρέτηση κατά τη διαδικασία των πληρωμών τους. Έτσι, αυτός είναι ένας από τους λόγους που οι καταναλωτές στρέφονται στη χρήση της χρεωστικής κάρτας. Γενικά οι επιχειρήσεις αναπροσαρμόζονται βάση των ενδιαφερόντων και των επιθυμιών που έχουν οι καταναλωτές (Knezevic et al., 2019). Η τεχνολογία, με τη σειρά της, εισχώρησε στον τομέα των πληρωμών και διευκόλυνε τον καταναλωτή στο να συναλλάσσεται εξοικονομώντας χρόνο. Έτσι, οι επιχειρήσεις με τη βοήθεια των τραπεζών, εγκαθιστούν νέες τεχνολογίες ώστε να ενθαρρύνουν, ακόμα περισσότερο, τους καταναλωτές να χρησιμοποιούν τη χρεωστική τους κάρτα. Η εισχώρηση της τεχνολογίας στον τομέα των πληρωμών έχει ως απώτερο σκοπό να μειωθεί, όσον τον δυνατόν, ο χρόνος συναλλαγής (Knezevic et al., 2019). Σύμφωνα με τους Knezevic et al. (2019), ο καταναλωτής είναι θετικός στη διευκόλυνση των συναλλαγών του από την τεχνολογία.

Το βασικό επίτευγμα της τεχνολογίας στο τομέα των πληρωμών είναι οι ανέπαφες συναλλαγές. Οι ανέπαφες συναλλαγές έχουν αυξηθεί με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να εξυπηρετούνται πιο εύκολα και πιο γρήγορα. Σύμφωνα με τους Caddy et al. (2020), οι Αυστραλοί καταναλωτές έχουν προσαρμοστεί με τη νέα τεχνολογία και την εκμεταλλεύονται προς όφελος τους. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι στο σύνολο των συναλλαγών τους, παρατηρήθηκε ότι οι μισές από αυτές έγιναν ανέπαφα, κάτι το οποίο δεν συνέβαινε πριν από οχτώ χρόνια όπου μόνο μια στις δέκα συναλλαγές γινόταν με τη χρήση της ανέπαφης λειτουργίας. Επιπρόσθετα, παρατηρήθηκε ότι οι Αυστραλοί πληρώνουν και με τη χρήση του κινητού τηλεφώνου τους με την λειτουργία tap & go. Αυτή η λειτουργία θεωρείται το νεότερο επίτευγμα της τεχνολογίας στο τομέα των πληρωμών. Με αυτή τη διαδικασία, ο καταναλωτής δεν είναι υποχρεωτικό να έχει μαζί του τη χρεωστική του κάρτα αλλά μονάχα το κινητό του τηλέφωνο (Caddy et al., 2020).

Όλη αυτή η συστηματική χρήση των χρεωστικών καρτών από τους καταναλωτές οφείλεται, εν μέρει, στην ένταξη της τεχνολογίας στον τομέα των πληρωμών. Για αυτόν τον λόγο, οι καταναλωτές έχουν υψηλότερη πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική τους κάρτα σε μια συναλλαγή, αν πιστεύουν πως η συμβολή της τεχνολογίας θα τους βοηθήσει να μειώσουν σημαντικά τον χρόνο της συναλλαγής.

Γενικά οι άνθρωποι επιθυμούν να διευκολύνουν τη ζωή τους όταν η τεχνολογία τους προσφέρει διάφορες καινοτομίες. Συνεπώς, σύμφωνα με τη θεωρία της διάχυσης των καινοτομιών (diffusion of innovation theory), οι καταναλωτές θα υιοθετήσουν και θα χρησιμοποιήσουν τις διάφορες καινοτομίες αν οι ίδιοι πιστεύουν πως θα έχουν κάποιο όφελος από τη χρησιμοποίησή τους. Έτσι ένας τομέας που παρατηρούνται διάφορες καινοτομίες είναι και οι πληρωμές. Ο καταναλωτής που τελικά θα επιλέξει να πληρώσει με τη χρεωστική του κάρτα θα αξιοποιήσει και τις διάφορες καινοτομίες, με αποτέλεσμα να μεγιστοποιήσει τη χρησιμότητα του (Swiecka et al., 2021). Όπως ειπώθηκε και προηγουμένως, η συμβολή της τεχνολογίας στον χώρο των πληρωμών είναι ένας σημαντικός παράγοντας ώστε ο καταναλωτής να επιλέξει τελικά να πληρώσει με τη χρήση της χρεωστικής του κάρτας. Οι ανέπαφες συναλλαγές χωρίς τη χρήση Pin, η πληρωμή με κινητή συσκευή και όχι με τη χρεωστική κάρτα αλλά και οι συναλλαγές που γίνονται διαδικτυακά είναι μερικά από τα επιτεύγματα της τεχνολογίας στον χώρο των πληρωμών. Έτσι, βάση της παραπάνω θεωρίας, επιβεβαιώνεται ότι η τεχνολογία είναι ένας σημαντικός παράγοντας αφού ο καταναλωτής με τη χρήση κάρτας προσβλέπει πως θα έχει κάποιο όφελος λόγω της ανάπτυξης διάφορων καινοτομιών στον τομέα των πληρωμών (Swiecka et al., 2021).

3.10 Pain of paying («πόνος» κατά την πληρωμή)

Η θεωρία Pain of paying δημιουργήθηκε ώστε να εξηγήσει γιατί ο καταναλωτής νιώθει διαφορετικά όταν αποφασίζει να πληρώσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με μετρητά και εντελώς διαφορετικά όταν πληρώνει με τη χρεωστική του κάρτα. Σύμφωνα με την παραπάνω θεωρία, όταν ο καταναλωτής αγοράζει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία του δημιουργούνται διάφορα συναισθήματα. Έτσι βάση της θεωρίας αυτής, όταν ο καταναλωτής επιλέξει να πληρώσει με μετρητά, ο πόνος κατά την πληρωμή είναι υψηλότερος δεδομένου ότι ο καταναλωτής ξοδεύει μετρητά και παρατηρεί αυτομάτως μια έλλειψη στο πορτοφόλι του. Όλο αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην απολαμβάνει το προϊόν ή την υπηρεσία όσο θα έπρεπε (Runnermark et al., 2015).

Ασφαλώς αυτό δεν συμβαίνει στον ίδιο βαθμό όταν ο καταναλωτής επιλέξει να πληρώσει με τη χρεωστική του κάρτα. Με τη χρεωστική κάρτα ο καταναλωτής δεν μπορεί να παρατηρήσει εκείνη την στιγμή την έλλειψη χρημάτων που υφίσταται, με αποτέλεσμα να απολαμβάνει λίγο περισσότερο το αγαθό ή την υπηρεσία που έχει πληρώσει.

Συνεπώς, οι καταναλωτές για να μπορέσουν να νιώσουν καλύτερα και να μην παρατηρούν ότι ξοδεύουν χρήματα, υπάρχει πιθανότητα να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική τους κάρτα ώστε να ελαχιστοποιήσουν το πόνο (Runnermark et al., 2015).

Κεφάλαιο 4ο: Η χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα η συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας αυξήθηκε μετά την επιβολή των κεφαλαιουχικών περιορισμών (capital controls). Ειδικότερα, παρουσιάστηκε μια αξιοσημείωτη χρήση χρεωστικής κάρτας από το 2015 και έπειτα, όπου συγκεκριμένα το έτος 2018-2019 ο αριθμός των συναλλαγών με τη χρήση χρεωστικής κάρτας δωδεκαπλασιάστηκε, ενώ η μέση αξία των συναλλαγών επταπλασιάστηκε σε αντίθεση με το έτος 2014 (IOBE, 2021). Σύμφωνα με την ΕΚΤ (2019), το 2018 η Ελλάδα κατέγραψε 1,2 δις συναλλαγές με τη χρήση χρεωστικής κάρτας όπου παρουσιάστηκε μια σχετικά σημαντική αύξηση σε σχέση το 2017 όπου το σύνολο των συναλλαγών που καταγράφηκαν ήταν κατά 133 εκατομμύρια συναλλαγές λιγότερες. Επίσης, σύμφωνα με μελέτη του IOBE (2021), η ραγδαία εξάπλωση της χρεωστικής κάρτας στην Ελλάδα είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση των εσόδων του κράτους κατά 17% από ΦΠΑ για το έτος 2019.

Γενικά σε μια πενταετία (2013-2017) παρατηρήθηκαν διάφορα γεγονότα τα οποία σηματοδότησαν την επερχόμενη χρήση χρεωστικών καρτών στην Ελλάδα. Το IOBE (2018), εκπόνησε έρευνα στην οποία αξιοποίησε στοιχεία των πληρωμών στην Ελλάδα για τα έτη 2015 έως και 2017, έτσι ώστε να εξάγει κάποια συμπεράσματα για την αύξηση της συχνότητας χρήσης χρεωστικής κάρτας. Ειδικότερα, η συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας έφτασε τα 3,5 εκ. κατά μέσο όρο το μήνα, ενώ η μέση αξία διαμορφώθηκε στα 48,5 ευρώ το μήνα κατά άτομο κατά μέσο όρο. Για να ελεγχθεί η συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας έγινε μια ανάλυση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών για αυτά τα δύο έτη. Πιο συγκεκριμένα, το 53% ήταν άνδρες ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (47%) αφορούσε γυναίκες καταναλωτές. Η πλειοψηφία (62,5%) των καταναλωτών άνηκε στη μέση ηλικία (μεταξύ 34 ετών και 54 ετών) και όσον αφορά το επάγγελμα των καταναλωτών, η πλειοψηφία (25%) εργαζόταν στον ιδιωτικό τομέα, ενώ ένα αξιοσημείωτο ποσοστό ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες. Όσον αφορά το φύλο των καταναλωτών, οι γυναίκες πραγματοποίησαν 11,3 συναλλαγές κατά μέσο όρο το μήνα Μάιο του έτους 2017 με τη χρήση χρεωστικής κάρτας, σε αντίθεση με τους άνδρες οι οποίοι κατέγραψαν 11,7 συναλλαγές (+0,4 για τους άνδρες καταναλωτές έναντι των γυναικών). Για να ελεγχθεί η πορεία της συχνότητας χρήσης χρεωστικής κάρτας στην Ελλάδα, πραγματοποιήθηκε σύγκριση

των συναλλαγών του Μαΐου 2017 με τον Μάιο του 2015. Πιο συγκεκριμένα, τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες τον Μάιο του 2015 χρησιμοποίησαν λιγότερο τη χρεωστική τους κάρτα (6,9 συναλλαγές το μήνα κατά μέσο όρο για τους άνδρες και 6,3 για τις γυναίκες αντίστοιχα). Όσον αφορά τη μέση αξία των συναλλαγών που καταγράφηκαν σε σχέση με τα δύο φύλα, στους άνδρες η μέση αξία των συναλλαγών μειώθηκε από τα 53 ευρώ το 2015 στα 45 ευρώ το 2017, ενώ στις γυναίκες μειώθηκε στα 41 ευρώ το 2017 από τα 49 ευρώ που ήταν το 2015. Το Μάιο όμως του 2017 η μέση αξία των συναλλαγών με χρεωστική κάρτα των γυναικών ήταν σαφώς χαμηλότερη σε σχέση με τις συναλλαγές που πραγματοποίησαν οι άνδρες σε σύγκριση με τα δύο προηγούμενα χρόνια. Η αύξηση των συναλλαγών με τη χρήση χρεωστικής κάρτας στις γυναίκες είχε σαν αποτέλεσμα τη μεγαλύτερη μείωση της μέσης αξίας των συναλλαγών τους.

Ως προς την ηλικία των καταναλωτών, η χρήση χρεωστικής κάρτας φάνηκε να ήταν περισσότερο συχνή στις μεγαλύτερες ηλικίες. Αναλυτικότερα, η υψηλότερη μέση μηνιαία δαπάνη με τη χρήση χρεωστικής κάρτας (560 ευρώ) πραγματοποιήθηκε από καταναλωτές ηλικίας 55 ετών έως και 64 ετών, ενώ η μικρότερη μέση μηνιαία δαπάνη με τη χρήση χρεωστικής κάρτας παρατηρήθηκε από τους νέους καταναλωτές ηλικίας 18 έως 24 ετών. Όσον αφορά τους καταναλωτές οι οποίοι βρίσκονταν στη μέση ηλικία, δηλαδή 35 ετών και άνω, η μέση μηνιαία δαπάνη αυξήθηκε κατά 50% για αυτές τις ηλικίες σε σχέση με δύο χρόνια νωρίτερα (2015). Σχετικά με τη μέση αξία συναλλαγών με χρεωστική κάρτα σε συνάρτηση με την ηλικία, παρατηρήθηκε ότι στους καταναλωτές ηλικίας 45 έως 54 ετών σημειώθηκε άνοδος 62% σε σύγκριση με τον Μάιο του 2015. Αντίθετα, στην ηλικιακή κατηγορία από 35 έως 44 ετών, παρατηρήθηκε μείωση 10% στη μέση αξία των συναλλαγών έναντι των υπόλοιπων ηλικιακών κατηγοριών σε σχέση με το 2015. Γενικά, όμως, η ηλικία του καταναλωτή δεν επηρεάζει από μόνη της τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας. Σύμφωνα με την παραπάνω έρευνα, πέραν της ηλικίας του καταναλωτή σημαντικό ρόλο παίζει και το επίπεδο εισοδήματος το οποίο θα διαμορφώσει και αυτό τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας. Παραδείγματος χάριν, οι νέοι καταναλωτές παρουσίασαν χαμηλή συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας διότι το εισόδημα τους κυμάνθηκε σε χαμηλά επίπεδα, ενώ οι καταναλωτές μέσης ηλικίας που διέθεταν υψηλό εισόδημα χρησιμοποιούσαν συχνότερα τη χρεωστική τους κάρτα. Τέλος, όσον αφορά το επάγγελμα των καταναλωτών, οι περισσότεροι καταναλωτές από αυτούς που έκαναν

αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας ήταν τραπεζικοί υπάλληλοι (πιθανότατα λόγω επαγγέλματος) ή γενικότερα ιδιωτικοί υπάλληλοι ενώ ένα αξιοσημείωτο ποσοστό εργαζόνταν στα σώματα ασφαλείας (IOBE, 2018).

Πέραν των παραπάνω, και σύμφωνα με το IOBE (2021), σημαντικό ρόλο στη χρήση της χρεωστικής κάρτας έπαιξε και ο τρόπος διαμονής των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, η χρήση χρεωστικής κάρτας για καθημερινές συναλλαγές χαμηλής αξίας ήταν λιγότερο διαδεδομένες στην επαρχία, ενώ υψηλότερη παρατηρήθηκε η συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας στα αστικά κέντρα της χώρας. Ως προς τα είδη των συναλλαγών οι συναλλαγές που αφορούσαν παροχές υπηρεσιών με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας ανήλθαν στα 59,7%, παρόλα αυτά όμως η χρήση χρεωστικής κάρτας κυμάνθηκε σε χαμηλά επίπεδα στις συναλλαγές που αφορούσαν παροχές υπηρεσιών από ελεύθερους επαγγελματίες καθώς και στις συναλλαγές που σχετίζονταν με την εκπαίδευση (φροντιστήρια κλπ.). Ωστόσο, η χρήση χρεωστικής κάρτας στην εστίαση παρουσίασε σχετικά σημαντική αύξηση σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος, ο συνολικός αριθμός των ενεργών καρτών που χρησιμοποιούνται για πληρωμές και ήταν σε κυκλοφορία για το έτος 2018 ανήλθαν σε 17 εκ., καταγράφοντας έτσι μια αύξηση της τάξης του 1% σε σχέση 2017. Αναλυτικότερα, το 84% αφορούσαν χρεωστικές κάρτες ενώ το υπόλοιπο 16% ήταν πιστωτικές. Όσον αφορά τις συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση καρτών, παρατηρήθηκε ότι το σύνολο των συναλλαγών για το έτος 2018 ανήλθε στις 9,24 εκ. συναλλαγές. Σχετικά με τη συσχέτιση χρήσης χρεωστικής κάρτας και μέσης αξίας συναλλαγών, παρατηρήθηκε ότι η μέση αξία ήταν τα 70 ευρώ, σε σύγκριση με τα 82 ευρώ που ήταν ένα χρόνο πριν (2017). Σημαντικό επίσης είναι ότι παρόλο που η μέση αξία των συναλλαγών μειώθηκε αρκετά μέσα σε ένα χρόνο, πολύ ήταν οι καταναλωτές οι οποίοι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα για συναλλαγές μικρής και πολύ μικρής αξίας (Τράπεζα της Ελλάδας, 2019). Ένα χρόνο αργότερα (2019), ο αριθμός των ενεργών καρτών σε κυκλοφορία ανήλθε στα 18 εκ. προκαλώντας έτσι μια αύξηση της τάξης του 5% σε σχέση με το 2018. Πιο συγκεκριμένα, οι χρεωστικές κάρτες αυξήθηκαν κατά 7% αφού ανήλθαν σε 15,4 εκατομμύρια. Ο συνολικός αριθμός συναλλαγών με κάρτες για το 2019 ανήλθε σε 9,76 εκ. από 9,24 εκ. που ήταν το 2018. Οι χρεωστικές κάρτες αποτέλεσαν το 90% του συνόλου των συναλλαγών ενώ το υπόλοιπο 10% αφορούσαν συναλλαγές με τη χρήση πιστωτικών καρτών. Η μέση αξία συναλλαγών με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας μειώθηκε στα 68 ευρώ από 70 που

ήταν το 2018. Σύμφωνα με την ΕΚΤ, οι χρεωστικές κάρτες χρησιμοποιήθηκαν συχνά για συναλλαγές μικρότερης αξίας και συγκεκριμένα σε πολύ μικρότερα ποσά από 68 ευρώ.

Το 2020, τα πράγματα ήταν διαφορετικά αφού λόγω των περιοριστικών μέτρων οι καταναλωτές στράφηκαν περισσότερο στα ηλεκτρονικά μέσα πληρωμής. Ο συνολικός αριθμός των ενεργών καρτών παρουσίασε στασιμότητα αφού εκδόθηκαν μονάχα 53 χιλ. χρεωστικές κάρτες (+0,3%). Στο σύνολο των συναλλαγών με κάρτες οι χρεωστικές κάρτας χρησιμοποιήθηκαν για το 85% των συναλλαγών ενώ το υπόλοιπο 15% αφορούσε χρήση πιστωτικής κάρτας. Τόσο ο συνολικός αριθμός συναλλαγών όσο και η συνολική αξία με τη χρήση καρτών μειώθηκαν αρκετά το πρώτο εξάμηνο του 2020 σε αντίθεση με το δεύτερο εξάμηνο του 2019. Ο όγκος των συναλλαγών με κάρτες ανήλθαν 531,9 εκ. όπου η μέση αξία των συναλλαγών ανήλθε στα 59 ευρώ έναντι 68 ευρώ που ήταν το 2019, παρουσιάζοντας έτσι μια μείωση της τάξης του 13%.

Σύμφωνα με το IOBE (2021), παρόλη την αυξημένη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας που παρατηρείται στην Ελλάδα, η χρήση της παραμένει ακόμα σε χαμηλά επίπεδα συγκρίνοντας την με τα επίπεδα των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών.

Πιο συγκεκριμένα, οι νόμοι που ψηφίστηκαν το 2016 και το 2019 αντίστοιχα και αφορούσαν το νομοθετικό πλαίσιο χρήσης χρεωστικής κάρτας είχαν θετική επίδραση στις ζωές των καταναλωτών όπως και σε κρατικό επίπεδο αφού αυξήθηκαν τα έσοδα από φορολογικούς συντελεστές (IOBE, 2021). Ειδικότερα, ο νόμος 4446/2019 αναφέρει ότι οι καταναλωτές με ατομικά ετήσια εισοδήματα μικρότερα των 20.000 ευρώ θα πρέπει υποχρεωτικά να χρησιμοποιήσουν τα ηλεκτρονικά μέσα πληρωμής για το 30% του συνόλου του φορολογητέου εισοδήματος τους. Σε περίπτωση μη τήρησης του απαιτούμενου ποσοστού, επιβάλλεται ποινή 22% στην διαφορά μεταξύ πραγματικής και απαιτούμενης χρήσης. Νωρίτερα όμως από το 2019, είχε προηγηθεί ο νόμος 4446/2016, ο οποίος είχε ως κύριο στόχο την υποχρεωτικότητα ύπαρξης POS σε κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα. Πιο συγκεκριμένα, ο αριθμός των τερματικών POS το 2015 ήταν 219.071 ενώ με την επιβολή του νόμου 4446/2016, το 2017 τα συνολικά POS έφτασαν τα 544.091, ενώ δύο χρόνια από την υποχρεωτικότητα των τερματικών POS καθώς και του νόμου 4446/2019 το σύνολο τους έφτασε τα 750.195 (Τράπεζα της Ελλάδος, 2020). Επιπρόσθετα, ο νόμος 4646/2016 σε αντίθεση με τον νεότερο νόμο (4646/2019) είχε χαμηλότερο συντελεστή

χρήσης ηλεκτρονικών μέσων για χαμηλότερα εισοδήματα. Πιο συγκεκριμένα, για εισοδήματα από 1 έως 10.000 ευρώ, τα ηλεκτρονικά μέσα πληρωμών θα έπρεπε να χρησιμοποιηθούν για το 10% επί του συνόλου του φορολογητέου εισοδήματος, για εισόδημα από 10.001 έως και 30.000 ευρώ το όριο ήταν 15%, ενώ για μεγαλύτερα επίπεδα εισοδήματος το ποσοστό άγγιζε το 20% (IOBE, 2021).

Η πανδημία έπαιξε σημαντικό ρόλο στη αύξηση της συχνότητας χρήσης χρεωστικής κάρτας. Αναλυτικότερα, με την επιβολή των περιοριστικών μέτρων (Μάρτιος του 2020), η χρήση της χρεωστικής κάρτας μειώθηκε κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες σε αντίθεση με ένα χρόνο πριν. Παρόλα αυτά με την άρση των περιοριστικών μέτρων τους θερινούς μήνες, η χρήση χρεωστικής κάρτας αυξήθηκε και πάλι κατά 13% έως 14%. Πρέπει να τονιστεί, ότι η χρήση χρεωστικής κάρτας κατά την περίοδο των πρώτων περιοριστικών μέτρων αφορούσε ηλεκτρονικές συναλλαγές ανεξάρτητα από το κόστος των συναλλαγών. Έτσι λοιπόν, οι διαδικτυακές πληρωμές με τη χρήση χρεωστικής κάρτας αυξήθηκαν κατά 20%, ενώ παρατηρήθηκε ταυτόχρονα μια αύξηση άνω του 30% στην αξία των συναλλαγών το πρώτο τρίμηνο του 2020 (IOBE, 2021).

Όσον αφορά τα μετρητά, η Ελλάδα εξακολουθεί να βρίσκεται σε ένα υψηλό επίπεδο χρήσης μετρητών. Πιο συγκεκριμένα, σε έρευνα της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (Esselink & Hernandez, 2017), η Ελλάδα, για το έτος 2016, κατέγραψε συναλλαγές με τη χρήση μετρητών για το 88% του συνόλου των συναλλαγών, ενώ το μερίδιο τους στην αξία των συναλλαγών έφτασε το 75%. Στην ερώτηση ποια μέσα πληρωμής προτιμούν περισσότερο οι Έλληνες, η πλειοψηφία (43%) απάντησε ότι τα μετρητά ήταν η καλύτερη επιλογή του μέσου πληρωμής, ακολουθούσαν οι χρεωστικές κάρτες (39%), ενώ παράλληλα υπήρχε ένα ποσοστό της τάξης του 17% το οποίο απάντησε ότι κανένα από τα δύο συγκεκριμένα μέσα δεν το ικανοποιούσε. Σημαντικό στην συγκεκριμένη έρευνα είναι το γεγονός ότι αρκετοί καταναλωτές για το έτος 2016 και νωρίτερα λάμβαναν τον μισθό τους σε μετρητά σε σύγκριση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες. Πιο συγκεκριμένα το 25% (1 στους 4) των Ελλήνων δήλωσαν ότι λάμβαναν το ποσό του μισθού τους σε μετρητά, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 43% δήλωσε ότι δεν συνέβαινε κάτι τέτοιο. Γενικά, σύμφωνα με την συγκεκριμένη έρευνα, οι Έλληνες κουβαλούσαν στο πορτοφόλι τους κατά μέσο όρο 80 έως και 89 ευρώ την ημέρα (Esselink & Hernandez, 2017).

Κεφάλαιο 5^ο: Έρευνα πεδίου

5.1 Μεθοδολογία έρευνας

Για τη μελέτη των βασικών παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή αναφορικά με τη χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας στις συναλλαγές του χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος. Η χρήση της έχει ως στόχο να εντοπίσει τις σχέσεις μεταξύ διάφορων παραγόντων. Η ποσοτική μέθοδος αξιοποιεί στατιστικά, αριθμητικά και μαθηματικά μοντέλα για να εξάγει συμπεράσματα. Η συλλογή των δεδομένων, όταν χρησιμοποιείται η ποσοτική προσέγγιση, γίνεται με τη χρήση ερωτηματολογίου (Saunders et al., 2009).

Γενικά, με τη χρήση ερωτηματολογίου μπορεί να συλλεχθεί μεγάλος αριθμός απαντήσεων. Επιπρόσθετα, με τη χρήση ερωτηματολογίου ο ερευνητής έχει το πλεονέκτημα ότι μπορεί να ελέγχει την ερευνητική πορεία της εργασίας. Σημαντικό, επίσης, είναι ότι με το ερωτηματολόγιο τηρείται η ανωνυμία των συμμετεχόντων κάτι το οποίο ωθεί τους καταναλωτές να απαντήσουν τις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ειλικρινά (Saunders et al., 2009).

Το ερωτηματολόγιο για τη μελέτη των βασικών παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή αναφορικά με τη χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας στις συναλλαγές του συντάχθηκε σύμφωνα με τη βιβλιογραφία και συγκεκριμένα βασίστηκε στις έρευνες των Runnermark et al. (2015), Hernadez et al. (2014), Ching et al. (2010), Shy (2020), Amromin & Charkarorti (2007), Swiecka et al. (2021), Caddy et al. (2020), Krueger & Seitz (2018), Hoang & Vu (2020), Simon et al. (2010), Truong et al. (2020), Knezevic et al. (2019), Bortzekowsk et al. (2006), Lee et al. (2007), Stavins (2018), Arango et al. (2015), Chen et al. (2019), Shy (2019), Wang & Wolman (2016), Lorenz (2009) και Valverde & Zegarra (2009).

Το ερωτηματολόγιο αποτελούνταν από 16 ερωτήσεις κλειστού τύπου και ήταν χωρισμένο σε τρία μέρη:

Στο πρώτο μέρος περιλαμβάνονταν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα κ.λπ. Γενικά, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά είναι ένας βασικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή να πληρώσει με μετρητά ή με τη χρεωστική του κάρτα.

Το δεύτερο μέρος περιλάμβανε γενικές ερωτήσεις για τις χρεωστικές κάρτες και τα μετρητά. Συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν

ερωτήσεις σχετικά με το πόσο ευχαριστημένοι είναι οι ίδιοι με τις λειτουργίες της χρεωστικής κάρτας, αλλά και να επισημάνουν την προσωπική συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών. Επίσης, υπήρχαν ερωτήσεις οι οποίες σχετίζονταν με τον βαθμό συμφωνίας του καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές ερωτήθηκαν αν θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τα μετρητά ή τη χρεωστική κάρτα αντίστοιχα, για όλο το σύνολο των συναλλαγών τους και αν έχουν αλλάξει οι προτιμήσεις τους όσον αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής τα τελευταία 5 χρόνια. Τέλος, οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν εάν χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα συχνότερα σε σχέση με 5 χρόνια πριν.

Το τρίτο μέρος είχε ως επίκεντρο τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει μετρητά ή χρεωστική κάρτα. Συγκεκριμένα, η πρώτη ερώτηση σχετιζόταν με το κόστος της συναλλαγής. Οι καταναλωτές απάντησαν με τι μέσο πληρώνουν μια συναλλαγή ανάλογα με το κόστος της. Πιο συγκεκριμένα, αναγράφονταν διαφορά κόστη και ο καταναλωτής απαντούσε, σύμφωνα με την προσωπική του εμπειρία, πως πλήρωνε, συνήθως, τέτοιες συναλλαγές. Στην συνέχεια, αναγράφονταν διάφορα είδη συναλλαγών και ο καταναλωτής επέλεγε με τι μέσο, συνήθως, πλήρωνε το κάθε είδος συναλλαγής. Έπονταν ερωτήσεις που σχετίζονταν με τον βαθμό συμφωνίας του καταναλωτή. Όλες οι ερωτήσεις βαθμού συμφωνίας ήταν πενταβάθμιες, ξεκινώντας από το διαφωνώ απόλυτα έως το συμφωνώ απόλυτα. Υπήρχαν ερωτήσεις σχετικά με τον οικονομικό προϋπολογισμό, με τα ρέστα που λαμβάνει ο καταναλωτής αλλά και ερωτήσεις που σχετίζονταν με το κατά πόσο ο καταναλωτής αποφεύγει να λαμβάνει ρέστα σε κέρματα. Οι επόμενες ερωτήσεις αφορούσαν τις χρεώσεις που περιλαμβάνουν κάποιες συναλλαγές έτσι ώστε ο καταναλωτής να εκφράσει αν συμφωνεί ή διαφωνεί με το γεγονός ότι οι χρεώσεις που περιλαμβάνουν οι χρεωστικές κάρτες τον στρέφουν, περισσότερο, στη χρήση μετρητών. Έπειτα, υπήρχαν ερωτήσεις σχετικά με το κατά πόσο επωφελούνται οι καταναλωτές από τη συμβολή της τεχνολογίας στο χώρο των πληρωμών. Ακολουθούσε μια ερώτηση που σχετιζόταν με τη θεωρία του πόνου πληρωμής. Οι καταναλωτές απάντησαν αν συμφωνούσαν ή διαφωνούσαν με το γεγονός ότι η έλλειψη χρημάτων που

υφίστανται με τη χρήση μετρητών, τους ενοχλεί με αποτέλεσμα να μην απολαμβάνουν όσο θα ήθελαν το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσαν. Τέλος, η ερώτηση που σχετίζονταν με τις προσφερόμενες εκπτώσεις που κάνει ο πωλητής στον πελάτη προστέθηκε ώστε να εξεταστεί αν πραγματικά η συγκεκριμένη μεταβλητή επηρεάζει τη χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας.

Κατά τη σύνταξη του ερωτηματολογίου προέκυψαν δύο βασικοί περιορισμοί. Πρώτον, κάποιοι από τους παράγοντες οι οποίοι, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές και φαίνεται πως επηρεάζουν τη χρήση χρεωστικής κάρτας ή/και μετρητών δεν μπόρεσαν να εξεταστούν στη συγκεκριμένη εργασία. Πιο συγκεκριμένα, οι Wang and Wolman (2016), οι οποίοι μελέτησαν δύο δισεκατομμύρια συναλλαγές, βρήκαν ότι η μέρα και ο μήνας που πραγματοποιείται μια συναλλαγή είναι σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τη χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας. Παρόλα αυτά, στη συγκεκριμένη εργασία δεν ήταν δυνατή η εξέταση των παραγόντων αυτών. Δεύτερον, στην Ελλάδα, δεν υπάρχουν αρκετά στοιχεία ή έρευνες, οι οποίες θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στη βιβλιογραφική επισκόπηση του συγκεκριμένου θέματος. Για αυτόν το λόγο, όλες οι μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν, πέραν των προσφερόμενων εκπτώσεων, είναι αποτελέσματα ερευνών του εξωτερικού.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε ηλεκτρονικά μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Πριν τη διανομή του ερωτηματολογίου, αυτό μοιράστηκε δοκιμαστικά σε κάποιους καταναλωτές. Με την πιλοτική έρευνα (pilot test), ο ερευνητής μπορεί να παρατηρήσει αν το ερωτηματολόγιο, το οποίο σχεδίασε είναι λειτουργικό. Πιο συγκεκριμένα, εξετάστηκε αν στο ερωτηματολόγιο υπήρχαν ασάφειες ή κάποια σημεία τα οποία τροποποιούσαν το νόημα των ερωτήσεων.

Στη συγκεκριμένη εργασία, η πιλοτική έρευνα (pilot test), διήρκησε δυο ημέρες και συμμετείχαν δέκα καταναλωτές. Κατά τη διάρκεια της πιλοτικής έρευνας, εστάλησαν δύο ερωτήσεις στους συμμετέχοντες. Πρώτα από όλα ερωτήθηκαν αν βρήκαν κάποια ερώτηση που τους φάνηκε δυσνόητη και έπειτα ερωτήθηκαν αν βρήκαν οποιοδήποτε άλλο λάθος στο ερωτηματολόγιο όπως για παράδειγμα κάποιο ορθογραφικό ή συντακτικό λάθος κλπ. Το σύνολο των καταναλωτών απάντησε ότι δεν βρήκε κάτι δυσνόητο στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου.

Στην συνέχεια, το ερωτηματολόγιο απεστάλη ηλεκτρονικά και η έρευνα διήρκησε από τη Δευτέρα 31 Μαΐου 2021 έως την Τετάρτη 9 Ιουνίου 2021. Το σύνολο των ερωτώμενων που απάντησε στο ερωτηματολόγιο ανήλθε στους 305 καταναλωτές.

Για την κωδικοποίηση των μεταβλητών χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα excel και για την επεξεργασία και την ανάλυση των ερωτηματολογίων το στατιστικό πρόγραμμα STATA 14. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιήθηκαν για τη στατιστική ανάλυση και την εξαγωγή των αποτελεσμάτων ήταν της περιγραφικής στατιστικής και της διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης.

5.2 Περιγραφική στατιστική

5.2.1 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Στη συγκεκριμένη έρευνα ο αριθμός των ερωτηθέντων ανήλθε στους 305 καταναλωτές. Όσον αφορά το φύλο των ερωτηθέντων, οι γυναίκες έδειξαν μεγαλύτερη προθυμία να συμβάλουν στη έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, το 66,9% ήταν γυναίκες και το υπόλοιπο 33,1% ήταν άνδρες. Η ηλικία των συμμετεχόντων κυμάνθηκε μεταξύ 18 και 65+ έτη. Οι περισσότεροι, όμως, καταναλωτές που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο ήταν μέσης ηλικίας και αυτό φάνηκε από το γεγονός ότι το 27,1% ήταν ηλικίας 36-45 ετών ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 25,9% δήλωσαν ότι κατατάσσονται στην ηλικιακή ομάδα των 46-55 ετών. Πέρα όμως από τη μέση ηλικία, που όπως φάνηκε προήλθαν οι περισσότερες απαντήσεις, ακολουθούν οι νεότεροι καταναλωτές ηλικίας 18 έως 25 και 26 έως 35 ετών αντίστοιχα, οι οποίοι αποτέλεσαν στο σύνολο τους ένα ποσοστό της τάξης του 35,4%. Τέλος οι λιγότερες απαντήσεις προήλθαν από τις ηλικίες 56-65 ετών (9,51%) και από τους ηλικιωμένους καταναλωτές (65+ ετών) οι οποίοι αποτέλεσαν το 1,97% του δείγματος. Αυτό οφείλεται στη διεξαγωγή της έρευνας ηλεκτρονικά μέσω κοινωνικών δικτύων, καθώς το ποσοστό των ηλικιωμένων που χρησιμοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα είναι χαμηλό (Λινάρδης κ.α., 2011).

Σχετικά με το επάγγελμα των ερωτηθέντων, η πλειοψηφία τους ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι (38,69%), ενώ οι δημόσιοι υπάλληλοι αποτέλεσαν το 18,69% του δείγματος. Ακολουθούσαν οι φοιτητές με ποσοστό 12,46%, έπονταν οι ελεύθεροι επαγγελματίες, οι οποίοι αντιπροσώπευαν το 10,16%, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 7,21% απάντησε ότι ήταν άνεργοι. Τέλος, χαμηλά ποσοστά σημειώθηκαν από τους συνταξιούχους (6,89%) και από καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν ότι ασχολούνταν με τα οικιακά (5,9%).

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των ερωτώμενων, το 38,36% ήταν απόφοιτοι λυκείου ενώ το 26,89% ήταν πτυχιούχοι Α.Ε.Ι ή Τ.Ε.Ι. Έπονταν οι καταναλωτές που είχαν ολοκληρώσει τη μεταλυκειακή εκπαίδευση (17,7%) και οι καταναλωτές οι οποίοι ήταν κάτοχοι μεταπτυχιακού και αντιπροσώπευαν το 13,11%. Πολύ χαμηλά ποσοστά αποτέλεσαν οι απόφοιτοι Γυμνασίου (1,97%), οι απόφοιτοι Δημοτικού (0,97%) και οι κάτοχοι διδακτορικού (0,97%).

Σχετικά με τα εισοδήματα των ερωτώμενων, οι περισσότεροι καταναλωτές απάντησαν ότι είχαν ατομικό ετήσιο εισόδημα από 10.001 έως 15.000 ευρώ, οι οποίοι αποτέλεσαν το 24,26% του δείγματος. Ακολουθούσαν οι καταναλωτές που δήλωσαν εισόδημα από 1 έως 5.000 ευρώ (17,7%) και οι καταναλωτές με εισόδημα από 5.001 έως 10.000 ευρώ (17,38%). Έπονταν οι καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν ότι δεν είχαν ατομικό εισόδημα (14,1%) και αυτοί οι οποίοι δήλωσαν εισόδημα από 15.001 έως 20.001 (13,44%). Τέλος, οι καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν ότι είχαν από 20.001 έως 25.000 ευρώ αποτέλεσαν το 7,21% του δείγματος, ενώ χαμηλά ποσοστά παρατηρήθηκαν στους καταναλωτές με εισόδημα από 25.001 έως 30.000 (3,28%) και 30.001+ ευρώ αντίστοιχα (2,62%).

Σχετικά με την οικογενειακή τους κατάσταση, η πλειοψηφία ήταν έγγαμοι (56,07%), το 29,51% ήταν άγαμοι, το 8,52% συμβίωναν, το 3,61% ήταν διαζευγμένοι και τέλος το μικρότερο ποσοστό αποτέλεσαν οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι ήταν χήροι (2,3%). Στην ερώτηση αν έχουν παιδιά, η πλειοψηφία απάντησε καταφατικά (62,3%), ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (37,7%) δήλωσε ότι δεν είχε παιδιά. Παρόλα αυτά, αυτοί που ήταν έγγαμοι με παιδιά αποτέλεσαν το 54,2% ενώ εκείνοι που δήλωσαν ότι ήταν άγαμοι, σε ένα ποσοστό της τάξης του 3,05%, δήλωσαν ότι είχαν παιδιά.

Όσον αφορά την μόνιμη κατοικία των ερωτώμενων, οι περισσότεροι δήλωσαν ως μόνιμη κατοικία τον Δήμο Αχαρνών (53,44%) ενώ οι καταναλωτές που δήλωσαν ως μόνιμη κατοικία τις υπόλοιπες περιοχές της Αττικής αποτέλεσαν το 36,07% του συνόλου του δείγματος. Τέλος, ένα ποσοστό της τάξης του 10,49% δήλωσε ότι η μόνιμη κατοικία του βρισκόταν εκτός Αττικής.

Πίνακας 1: Δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό%
Ηλικία	18-25	54	17,7
	26-35	54	17,7
	36-45	83	27,21

	46-55	79	25,9
	56-65	29	9,51
	66+	6	1,97
Επάγγελμα	Δημόσιος Υπάλληλος	57	18,69
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	118	38,69
	Ελεύθερος Επαγγελματίας	31	10,16
	Συνταξιούχος	21	6,89
	Άνεργος	22	7,21
	Φοιτητής/τρια	38	12,46
	Οικιακά	18	5,9
Εκπαίδευση	Απόφοιτος Δημοτικού	3	0,98
	Απόφοιτος Γυμνασίου	6	1,97
	Απόφοιτος Λυκείου	117	38,36
	Απόφοιτος μεταλυκειακής εκπαίδευσης	54	17,7
	Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	82	26,89
	Κάτοχος μεταπτυχιακού	40	13,11
	Κάτοχος διδακτορικού	3	0,98
Ετήσιο Ατομικό Εισόδημα (σε €)	Δεν έχω εισόδημα	43	14,10
	1-5.000	54	17,7
	5.001-10.000	53	17,38
	10.001-15.000	74	24,26
	15.001-20.000	41	13,44
	20.001-25.000	22	7,21
	25.001-30.000	10	3,28
	30.001+	8	2,62
Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμος/η	171	56,07
	Άγαμος/η	80	29,51
	Σε συμβίωση	26	8,52
	Διαζευγμένος	11	3,61
	Χήρος/α	7	2,3

Παιδιά	Ναι	190	37,7
	Όχι	115	62,3
Τόπος κατοικίας	Δήμος Αχαρνών	163	53,44
	Υπόλοιπο Αττικής	110	36,07
	Επαρχία και νησιά	32	10,49

5.2.2. Χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών

Όσον αφορά τη χρεωστική κάρτα, η πλειοψηφία απάντησε ότι χρησιμοποιούσε τη χρεωστική κάρτα καθημερινά (43,93%), παρόλα αυτά αξιοσημείωτο ήταν και το ποσοστό το οποίο απάντησε ότι χρησιμοποιούσε τη χρεωστική κάρτα δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα (37,7%). Έπονταν οι καταναλωτές που απάντησαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική κάρτα σπάνια, οι οποίοι αποτέλεσαν το 8,52% του δείγματος. Τέλος, ακολούθησαν οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική κάρτα μια φορά την εβδομάδα (7,87%) και μια φορά τον μήνα αντίστοιχα (1,97%).

Σχετικά με τη συχνότητα χρήσης μετρητών, η πλειοψηφία των καταναλωτών απάντησε ότι χρησιμοποιούσε τα μετρητά δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα (38,69%) ενώ καθημερινά απάντησαν οι καταναλωτές σε ένα ποσοστό της τάξης του 33,44%. Ακολούθησαν, οι απαντήσεις μια φορά την εβδομάδα (14,1%), σπάνια (10,49%) και μια φορά τον μήνα (3,28%).

Αναφορικά με το κατά πόσο ευχαριστημένοι ήταν οι καταναλωτές από τις λειτουργίες της χρεωστικής κάρτα, οι περισσότεροι απάντησαν ότι ήταν ευχαριστημένοι (48,2%), ενώ οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι ήταν πολύ ευχαριστημένοι αποτέλεσαν το 21,31% του συνόλου του δείγματος. Παρόλα αυτά, υπήρξε ένα ποσοστό της τάξης του 26,23% που δήλωσε ότι δεν ήταν ούτε ευχαριστημένοι ούτε δυσαρεστημένοι. Τέλος, μικρά ποσοστά αποτέλεσαν οι απαντήσεις ελάχιστα (2,95%) και καθόλου (1,31%).

Στη συνέχεια οι καταναλωτές ανέφεραν τους βασικούς λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα. Οι περισσότεροι καταναλωτές συμφωνούσαν και συμφωνούσαν απόλυτα ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική κάρτα λόγω του ότι πραγματοποιούνταν πιο γρήγορα οι συναλλαγές τους (77,7%) ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 74,02% δήλωσε ότι σημαντικό στη χρήση της χρεωστικής κάρτας ήταν ότι μπορούσαν να πραγματοποιήσουν συναλλαγές μέσω διαδικτύου. Παρόλα αυτά ακριβώς ίδια ανταπόκριση (74,02%) παρατηρήθηκε στο γεγονός ότι με τη χρεωστική κάρτα οι καταναλωτές πλήρωναν τους λογαριασμούς τους πιο εύκολα.

Έπονταν οι απαντήσεις σχετικά με τη δυνατότητα ανάληψης μετρητών οποτεδήποτε και οπουδήποτε (69,29%) και ότι με τη χρεωστική κάρτα τους δόθηκε η δυνατότητα αποστολής χρημάτων (61,19%). Τέλος, τα χαμηλότερα ποσοστά παρατηρήθηκαν στο γεγονός ότι η χρεωστική κάρτα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί στο εξωτερικό (56,91%) αλλά και ότι με τη χρεωστική κάρτα ένιωθαν ασφαλείς (46,71%).

Όσον αφορά την υπόθεση αν οι καταναλωτές θα μπορούσαν να σκεφτούν τον εαυτό τους να χρησιμοποιεί μονάχα χρεωστική κάρτα, στην πλειοψηφία τους συμφώνησαν (28,28%), παρόλα αυτά ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 24,92% απάντησε ότι δεν ήταν σίγουροι αν θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν μόνο χρεωστική κάρτα. Ωστόσο, το 20,66% διαφώνησε, δηλαδή δεν θα μπορούσε να πραγματοποιήσει εξολοκλήρου τις συναλλαγές του με τη χρήση κάρτας. Τέλος, ακολουθούσαν οι καταναλωτές οι οποίοι απάντησαν με απόλυτη σιγουριά ότι δεν θα είχαν κανέναν πρόβλημα να χρησιμοποιήσουν μόνο χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους (14,43%) και οι καταναλωτές οι οποίοι διαφώνησαν απόλυτα με τη συγκεκριμένη πρόταση (10,82%). Σχετικά με τη χρήση μετρητών, οι καταναλωτές στην πλειοψηφία τους δήλωσαν ότι δεν ήξεραν αν θα μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν μονάχα τα μετρητά στις συναλλαγές τους (35,41%), ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 31,8% διαφώνησε με την παραπάνω ερώτηση. Παρόλα αυτά, το 16,07% απάντησε ότι δεν θα είχε κάποιο πρόβλημα να χρησιμοποιήσει εξολοκλήρου μετρητά στις συναλλαγές του. Τέλος, ακολουθούσαν οι καταναλωτές που διαφώνησαν απόλυτα (10,82%) και αυτοί που συμφώνησαν απόλυτα με τη συγκεκριμένη πρόταση (5,9%).

Σχετικά με το εάν άλλαξαν οι προτιμήσεις των καταναλωτών όσον αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής, οι περισσότεροι καταναλωτές (66,56%) απάντησαν ότι πράγματι είχαν αλλάξει οι προτιμήσεις τους. Παρόλα αυτά, ένα ποσοστό της τάξης του 21,64% είχε ουδέτερη άποψη. Στη συνέχεια οι καταναλωτές ερωτήθηκαν αν οι προτιμήσεις είχαν αλλάξει τα τελευταία 5 χρόνια και αν αυτή η αλλαγή οφείλονταν στη χρεωστική κάρτα. Οι καταναλωτές σε αυτήν την ερώτηση, συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό της τάξης του 82,3%.

Πίνακας 2: Χρεωστική κάρτα και μετρητά

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό%
Χρήση χρεωστικής κάρτας	Καθημερινά	134	43.93
	Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα	115	37,7

	Μια φορά την εβδομάδα	24	7,87
	Μια φορά τον μήνα	6	1,97
	Σπάνια	26	8,52
Χρήση μετρητών	Καθημερινά	102	33,44
	Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα	118	38,69
	Μια φορά την εβδομάδα	43	10,49
	Μια φορά τον μήνα	10	3,28
	Σπάνια	32	10,49
Λειτουργίες χρεωστικής κάρτας	Καθόλου	4	1,31
	Ελάχιστα	9	2,95
	Ούτε λίγο ούτε πολύ	80	26,23
	Πολύ	147	48,2
	Πάρα πολύ	65	21,31
Δυνατότητα ανάληψης μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	27	8,85
	Διαφωνώ	21	6,89
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	67	21,97
	Συμφωνώ	120	39,34
	Συμφωνώ απόλυτα	70	22,95
Γρήγορες και εύκολες συναλλαγές	Διαφωνώ απόλυτα	21	6,89
	Διαφωνώ	10	3,28
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	37	12,13
	Συμφωνώ	126	41,31
	Συμφωνώ απόλυτα	111	36,39
Συναλλαγές μέσω διαδικτύου	Διαφωνώ απόλυτα	19	6,25
	Διαφωνώ	15	4,93
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	45	14,8

	Συμφωνώ	118	38,82
	Συμφωνώ απόλυτα	107	35,2
Ασφάλεια	Διαφωνώ απόλυτα	33	10,86
	Διαφωνώ	42	13,82
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	87	28,62
	Συμφωνώ	84	27,63
	Συμφωνώ απόλυτα	58	19,08
Πληρωμή λογαριασμών	Διαφωνώ απόλυτα	22	7,24
	Διαφωνώ	10	3,29
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	47	15,46
	Συμφωνώ	109	35,86
	Συμφωνώ απόλυτα	116	38,16
Χρήσης χρεωστικής κάρτας στο εξωτερικό	Διαφωνώ απόλυτα	24	7,89
	Διαφωνώ	29	9,54
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	78	25,66
	Συμφωνώ	105	34,54
	Συμφωνώ απόλυτα	68	22,37
Αποστολή χρημάτων	Διαφωνώ απόλυτα	25	8,22
	Διαφωνώ	28	9,21
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	65	21,38
	Συμφωνώ	109	35,86
	Συμφωνώ απόλυτα	77	25,33
Χρήση χρεωστικής κάρτας μόνο	Διαφωνώ απόλυτα	36	11,8
	Διαφωνώ	63	20,66
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	76	24,92
	Συμφωνώ	86	28,2
	Συμφωνώ απόλυτα	44	14,43

Χρήση μετρητών μόνο	Διαφωνώ απόλυτα	33	10,82
	Διαφωνώ	97	31,80
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	108	35,41
	Συμφωνώ	49	16,07
	Συμφωνώ απόλυτα	18	5,9
Αλλαγή προτιμήσεων μέσου πληρωμής τα τελευταία 5 χρόνια	Διαφωνώ απόλυτα	10	3,28
	Διαφωνώ	26	8,52
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	66	21,64
	Συμφωνώ	119	39,02
	Συμφωνώ απόλυτα	84	27,54
Συχνότερη χρήση χρεωστικής κάρτας τα 5 τελευταία χρόνια	Διαφωνώ απόλυτα	14	4,59
	Διαφωνώ	15	4,92
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	25	8,2
	Συμφωνώ	113	37,05
	Συμφωνώ απόλυτα	138	45,25

5.2.3 Λόγοι χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών

Στην συνέχεια οι καταναλωτές απάντησαν με τι μέσο πλήρωναν τις συναλλαγές τους ανάλογα με το κόστος της συναλλαγής. Σύμφωνα με τις απαντήσεις των καταναλωτών, η πλειοψηφία δήλωσε ότι σε συναλλαγές από 0,01 έως 2 ευρώ χρησιμοποιούσε, κατά κύριο λόγο, μετρητά σε ένα ποσοστό της τάξης του 88,2%, ενώ οι υπόλοιπες απαντήσεις αφορούσαν τη χρήση χρεωστικής κάρτας (11,8%). Για συναλλαγές από 2,01 ευρώ έως 10 ευρώ οι καταναλωτές πάλι, στην πλειοψηφία τους, δήλωσαν ότι πλήρωναν αυτές τις συναλλαγές, συνήθως, με μετρητά (69,84%) ενώ το ποσοστό χρήσης της χρεωστικής κάρτας αφορούσε στο 30,16% επί του συνόλου των απαντήσεων. Παρόλα αυτά, όσο ανέβαινε το κόστος της συναλλαγής, αυξανόταν η χρήση της χρεωστικής κάρτας και μειωνόταν η χρήση μετρητών. Πιο συγκεκριμένα, για συναλλαγές από 10,01 ευρώ έως 15 ευρώ, οι καταναλωτές σε ποσοστό 57,7% δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν, κατά κύριο λόγο, τη χρεωστική τους κάρτα για την πληρωμή των συναλλαγών, ενώ το υπόλοιπο 42,3% δήλωσε ότι πλήρωνε με μετρητά.

Για συναλλαγές από 15,01 ευρώ έως 25 ευρώ, το 73,44% των καταναλωτών δήλωσε τη χρεωστική κάρτα ως την προτιμότερη επιλογή πληρωμής της συναλλαγής, ενώ το υπόλοιπο 26,56% επέλεξε τα μετρητά. Μεγάλη αύξηση, επίσης, παρατηρήθηκε στις συναλλαγές αξίας από 25,01 έως 50 ευρώ, όπου το 83,28% δήλωσε ότι χρησιμοποιούσε, κατά κύριο λόγο, τη χρεωστική κάρτα, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 16,72% χρησιμοποιούσε μετρητά. Τέλος, για συναλλαγές αξίας 50,01 ευρώ και άνω, οι καταναλωτές έδειξαν την προτίμηση τους στη χρεωστική κάρτα (89,51%), ενώ παράλληλα παρουσιάστηκε μειωμένη χρήση μετρητών (10,49%).

Πίνακας 3: Χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτα ανάλογα το κόστος της συναλλαγής

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό %
Συναλλαγές 0,01-2,00 ευρώ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	36	11,8
	Χρήση μετρητών	269	88,2
Συναλλαγές 2,01-10,00 ευρώ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	92	30,16
	Χρήση μετρητών	213	69,84
Συναλλαγές 10,01-15,00 ευρώ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	176	57,7
	Χρήση μετρητών	129	42,3
Συναλλαγές 15,01-25,00 ευρώ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	224	73,44
	Χρήση μετρητών	81	26,56
Συναλλαγές 25,01-50,00 ευρώ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	254	83,28
	Χρήση μετρητών	51	16,72
Συναλλαγές 50,01+	Χρήση χρεωστικής κάρτας	273	89,51
	Χρήση μετρητών	32	10,49

Όσον αφορά το είδος της συναλλαγής, οι καταναλωτές σε παζάρια και λαϊκές αγορές έδειξαν περισσότερο την προτίμηση τους στα μετρητά (97,38%). Παρόμοιες

προτιμήσεις έχουν οι καταναλωτές, στην πλειοψηφία τους, για συναλλαγές σε καφέ-bar αφού σε ποσοστό 62,62% απάντησαν ότι τα μετρητά ήταν η κυρίαρχη μέθοδος πληρωμής για τέτοιου είδους συναλλαγές. Παρόλα αυτά, αξιοσημείωτο ήταν το ποσοστό (37,38%) των καταναλωτών, οι οποίοι χρησιμοποίησαν τη χρεωστική τους κάρτα για αυτού του είδους τις συναλλαγές. Για συναλλαγές σε εστιατόρια, οι περισσότεροι καταναλωτές, χρησιμοποίησαν μετρητά σε ένα ποσοστό 61,97%, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό αφορούσε χρήση χρεωστικής κάρτας. Παρόλα αυτά, για συναλλαγές σε Super-Markets οι προτιμήσεις των καταναλωτών ήταν διαφορετικές ως προς την επιλογή του μέσου πληρωμής, αφού η πλειοψηφία των καταναλωτών (89,84%) δήλωσε ότι χρησιμοποίησαν τη χρεωστική τους κάρτα, ενώ ένα μικρό ποσοστό (10,16%) αφορούσε τη χρήση μετρητών. Για συναλλαγές σε Fast-Food, οι περισσότεροι καταναλωτές (61,97%) χρησιμοποίησαν χρεωστική κάρτα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (38,03%) αφορούσε χρήση μετρητών. Στη συνέχεια, οι καταναλωτές έπρεπε να δηλώσουν με τι μέσο πληρώνουν τις συναλλαγές τους σε παντοπωλεία. Η πλειοψηφία (51,15%) δήλωσε τη χρεωστική κάρτα ως επικρατέστερη επιλογή μέσου πληρωμής, παρόλα αυτά η χρήση μετρητών παρέμεινε υψηλή (48,85%). Σχετικά με τις συναλλαγές σε κομμωτήρια οι καταναλωτές δήλωσαν τα μετρητά ως κυρίαρχο μέσο πληρωμής, αφού το 57,38% πλήρωσε τέτοιου είδους συναλλαγές, κατά κύριο λόγο, με μετρητά. Όσον αφορά τις συναλλαγές σε φαρμακεία η πλειοψηφία (70,82%) απάντησε ότι χρησιμοποίησε χρεωστική κάρτα, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 29,18% πλήρωσε με μετρητά. Ακολουθούσαν συναλλαγές που αφορούσαν ιατρικές παροχές και συναλλαγές με ελεύθερους επαγγελματίες. Και στις δύο περιπτώσεις, η χρήση μετρητών ήταν υψηλή (51,8%) (66,89%), ενώ η χρήση χρεωστικής κάρτας παρέμεινε σε χαμηλότερα επίπεδα. Στις συναλλαγές που αφορούσαν αγορά εισιτηρίων οι περισσότεροι (67,21%) χρησιμοποίησαν τη χρεωστική τους κάρτα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (32,79%) χρησιμοποίησε μετρητά. Παρόμοια αποτελέσματα έδειξαν οι απαντήσεις των καταναλωτών στην πληρωμή συνδρομής σε γυμναστήρια, αφού το 65,9% χρησιμοποίησε χρεωστική κάρτα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (34,1%) αφορούσε χρήση μετρητών. Για συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν στο χώρο της ένδυσης και της υπόδησης παρατηρήθηκε αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας (84,59%), ενώ μικρό ήταν το ποσοστό των καταναλωτών οι οποίοι δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν μετρητά. Τέλος, για συναλλαγές σε βενζινάδικα, εμπορικά κέντρα και πληρωμές λογαριασμών παρατηρήθηκε, και στις τρεις

κατηγορίες, αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας και μειωμένη χρήση μετρητών. Πιο συγκεκριμένα, η υψηλότερη χρήση χρεωστικής κάρτας παρατηρήθηκε στις πληρωμές λογαριασμών (91,15%), ενώ σε συναλλαγές σε εμπορικά κέντρα η χρήση χρεωστικής κάρτας αφορούσε το 85,57% επί του συνόλου των απαντήσεων. Τέλος, δεν θα πρέπει να παραληφθεί ότι υψηλή ήταν η χρήση χρεωστικής κάρτας (74,75%) σε συναλλαγές σε βενζινάδικα.

Πίνακας 4: Χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας ανάλογα το είδος της συναλλαγής

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό %
Παζάρια-λαϊκές αγορές	Χρήση χρεωστικής κάρτας	8	2,62
	Χρήση μετρητών	297	97,38
Καφέ-μπαρ	Χρήση χρεωστικής κάρτας	114	37,38
	Χρήση μετρητών	191	62,62
Εστιατόρια	Χρήση χρεωστικής κάρτας	189	61,97
	Χρήση μετρητών	116	38,03
Super-Markets	Χρήση χρεωστικής κάρτας	274	89,84
	Χρήση μετρητών	31	10,16
Fast-Food	Χρήση χρεωστικής κάρτας	189	61,97
	Χρήση μετρητών	116	38,03
Παντοπωλεία	Χρήση χρεωστικής κάρτας	159	51,15
	Χρήση μετρητών	149	48,85
Κομμωτήρια	Χρήση χρεωστικής κάρτας	130	42,62
	Χρήση μετρητών	175	57,38
Φαρμακεία	Χρήση χρεωστικής κάρτας	216	70,82
	Χρήση μετρητών	89	29,18
Ιατρικές υπηρεσίες	Χρήση χρεωστικής κάρτας	147	48,2
	Χρήση μετρητών	158	51,8
Ελεύθεροι Επαγγελματίες	Χρήση χρεωστικής κάρτας	101	33,11
	Χρήση μετρητών	204	66,89
Εισιτήρια	Χρήση χρεωστικής κάρτας	205	67,21
	Χρήση μετρητών	100	32,79
Είδη ένδυσης κ' υπόδησης	Χρήση χρεωστικής κάρτας	258	84,59

	Χρήση μετρητών	47	15,41
Συνδρομές γυμναστηρίων	Χρήση χρεωστικής κάρτας	201	65,9
	Χρήση μετρητών	104	34,1
Βενζινάδικα	Χρήση χρεωστικής κάρτας	228	74,75
	Χρήση μετρητών	77	25,25
Εμπορικά κέντρα	Χρήση χρεωστικής κάρτας	261	85,57
	Χρήση μετρητών	44	14,43
Πληρωμή λογαριασμών	Χρήση χρεωστικής κάρτας	278	91,15
	Χρήση μετρητών	27	8,85

Ο επόμενος παράγοντας που σύμφωνα με τη βιβλιογραφία επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή να χρησιμοποιήσει χρεωστική κάρτα ή/και μετρητά ήταν ο οικονομικός προϋπολογισμός. Βάση αυτού, υπήρχαν στο ερωτηματολόγιο έξι ερωτήσεις, τρεις για κάθε μέσο, οι οποίες σχετίζονταν με το κατά πόσο επηρεάζονται οι καταναλωτές από τον οικονομικό προϋπολογισμό στην επιλογή του μέσου πληρωμής. Πιο συγκεκριμένα, στην πρώτη ερώτηση που σχετίζονταν με το εάν η χρεωστική κάρτα τους βοήθησε να ελέγξουν καλύτερα την πορεία του οικονομικού προϋπολογισμού χάρη στις πλατφόρμες που προσφέρουν οι τράπεζες, οι καταναλωτές στην πλειοψηφία τους συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό της τάξης του 55,6% ενώ το 22,04% είχε ουδέτερη άποψη. Το 22,37% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα. Στη συνέχεια εξετάστηκε αν η χρεωστική κάρτα τους βοήθησε να σχεδιάσουν έναν ορθό οικονομικό προϋπολογισμό. Και σε αυτήν την πρόταση η πλειοψηφία (44,08%) απάντησε ότι συμφώνησε και συμφώνησε απόλυτα, παρόλα αυτά υπήρχαν καταναλωτές (29,28%) οι οποίοι έδειξαν ουδέτερη στάση. Τέλος, ένα ποσοστό της τάξης του 26,65% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα. Η τελευταία ερώτηση που αφορούσε τη χρεωστική κάρτα και τον οικονομικό προϋπολογισμό σχετίζονταν με το γεγονός εάν μέσω της χρήσης της χρεωστικής κάρτας οι καταναλωτές απέφυγαν υπερβολικές δαπάνες τις οποίες δεν είχαν υπολογίσει. Οι καταναλωτές σε ένα ποσοστό της τάξης του 35,86% απάντησαν καταφατικά, ενώ το 26,97% είχε ουδέτερη στάση. Παρόλα αυτά ένα ποσοστό της τάξης του 37,17% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα. Οι ίδιες ερωτήσεις αφορούσαν τον οικονομικό προϋπολογισμό σε σχέση με τη χρήση μετρητών. Βάση αυτού, στην πρώτη ερώτηση αναφορικά με τη βοήθεια της χρήσης μετρητών για τον καλύτερο έλεγχο του οικονομικού προϋπολογισμού η πλειοψηφία

(44,74%) διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα ενώ ένα υψηλό ποσοστό (25,99%) δήλωσε ουδέτερη στάση. Παρόλα αυτά οι καταναλωτές σε ένα ποσοστό της τάξης του 29,27% συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα. Σχετικά με την περίπτωση αν τα μετρητά τους βοηθούν να σχεδιάσουν έναν ορθό οικονομικό προϋπολογισμό το 38,69% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα, το 33,11% συμφώνησε και συμφώνησε απόλυτα ενώ το 28,2% είχε ουδέτερη άποψη. Τέλος, στην ερώτηση αν τα μετρητά τους βοήθησαν να αποφύγουν δαπάνες που δεν είχαν υπολογίσει, οι καταναλωτές, στην πλειοψηφία τους, είχαν αρνητική άποψη (43,44%), το 40% συμφώνησε ενώ το υπόλοιπο ποσοστό (26,56%) ήταν ουδέτερο.

Πίνακας 5: Οικονομικός προϋπολογισμός και επιλογή του μέσου πληρωμής

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό %
Χρεωστική κάρτα και έλεγχος	Διαφωνώ απόλυτα	33	10,86
	Διαφωνώ	35	11,51
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	67	22,04
	Συμφωνώ	109	35,86
	Συμφωνώ απόλυτα	60	19,74
Χρεωστική κάρτα και ορθός προϋπολογισμός	Διαφωνώ απόλυτα	33	10,86
	Διαφωνώ	48	15,79
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	89	29,28
	Συμφωνώ	92	30,26
	Συμφωνώ απόλυτα	42	13,82
Χρεωστική κάρτα και δαπάνες	Διαφωνώ απόλυτα	45	14,8
	Διαφωνώ	68	22,37
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	82	26,97
	Συμφωνώ	79	25,99
	Συμφωνώ απόλυτα	30	9,87
Μετρητά και έλεγχος	Διαφωνώ απόλυτα	47	15,46
	Διαφωνώ	89	29,28

	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	79	25,99
	Συμφωνώ	54	17,76
	Συμφωνώ απόλυτα	35	11,51
Μετρητά και ορθός προϋπολογισμός	Διαφωνώ απόλυτα	41	13,44
	Διαφωνώ	77	25,25
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	86	28,2
	Συμφωνώ	65	21,31
	Συμφωνώ απόλυτα	36	11,8
Μετρητά και δαπάνες	Διαφωνώ απόλυτα	41	13,44
	Διαφωνώ	61	20
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	81	26,56
	Συμφωνώ	72	23,61
	Συμφωνώ απόλυτα	50	16,39

Στο τελευταίο κομμάτι του ερωτηματολογίου υπήρχαν οι υπόλοιποι παράγοντες που σύμφωνα με τη βιβλιογραφία έδειξαν ότι επηρεάζουν τη χρήση μετρητών ή χρεωστικής κάρτας. Έτσι λοιπόν, στην ερώτηση αν τα προγράμματα ανταμοιβής πρόσφεραν στους καταναλωτές ένα παραπάνω κίνητρο να χρησιμοποιήσουν χρεωστική κάρτα έναντι των μετρητών οι καταναλωτές στην πλειοψηφία τους (43,93%) συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα, το 32,13% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα ενώ το υπόλοιπο 23,93% είχε ουδέτερη στάση. Όσον αφορά τα ρέστα που λαμβάνουν οι καταναλωτές από τις συναλλαγές και αν αυτό τους ενοχλεί με αποτέλεσμα να χρησιμοποιούν χρεωστική κάρτα έναντι μετρητών η πλειοψηφία (43,75%) διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα, ένα ποσοστό της τάξης 35,02% συμφώνησε και συμφώνησε απόλυτα, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό 21,05% είχε ουδέτερη άποψη. Έπειτα, σχετικά με τα κέρματα και αν αυτά τους ενοχλούσαν, οι περισσότεροι καταναλωτές (44,08%) απάντησαν ότι δεν είχαν κάποιο θέμα με το συγκεκριμένο ζήτημα, παρόλα αυτά το 35,02% απάντησε ότι πράγματι το ενοχλούσαν τα κέρματα που λάμβανε από τις συναλλαγές του με τη χρήση μετρητών. Τέλος, το 20,72% απάντησε ουδέτερα. Σχετικά με τις προμήθειες και αν αυτό το γεγονός τους απωθούσε από τη χρήση χρεωστικής

κάρτας και τους έστρεφε στη χρήση μετρητών, οι καταναλωτές διαφώνησαν και διαφώνησαν απόλυτα σε ποσοστό 46,56%, το 31,81% συμφώνησε και συμφώνησε απόλυτα, ενώ το 21,64% των καταναλωτών ήταν ουδέτεροι.

Σχετικά με τον εάν η επιλογή του μέσου πληρωμής ήταν μια επιλογή από συνήθεια, οι καταναλωτές απάντησαν σε ποσοστό 49,51% καταφατικά, ενώ πολλοί ήταν εκείνοι (27,54%) οι οποίοι είχαν ουδέτερη άποψη. Τέλος, το 22,98% είχε αρνητική άποψη σχετικά με τη συνήθεια ως παράγοντα επιλογής μέσου πληρωμής. Για την τεχνολογία και αν μέσω αυτής τους δόθηκε η δυνατότητα για γρηγορότερη εξυπηρέτηση, το 65,9% είχε θετική άποψη, το 19,67% είχε ουδέτερη, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό 14,42% διαφώνησε και διαφώνησε απόλυτα. Στην ερώτηση σχετικά με τις προσφερόμενες εκπτώσεις, το 78,03% δήλωσε ότι θα χρησιμοποιούσε μετρητά αν του έκανε καλύτερη τιμή ο πωλητής, ενώ το 11,8% απάντησε ότι δεν θα άλλαζε την επιλογή του μέσου πληρωμής λόγω των προσφερόμενων εκπτώσεων. Τέλος, το 10,16% είχε ουδέτερη στάση. Σχετικά με το εάν η επιλογή του μέσου πληρωμής ήταν μια ορθολογική επιλογή για τους καταναλωτές η πλειοψηφία (68,85%) απάντησε θετικά, το 19,67% ήταν ουδέτεροι ενώ χαμηλότερα ήταν τα ποσοστά στις απαντήσεις (11,47%) διαφωνώ και διαφωνώ απόλυτα. Τέλος, σχετικά με την πιθανότητα να τους ενοχλεί η έλλειψη χρημάτων που παρατηρείται στο πορτοφόλι τους όταν πληρώνουν με μετρητά με αποτέλεσμα να μην απολαμβάνουν όσο θα μπορούσαν το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσαν, σύμφωνα με τη θεωρία πόνου πληρωμής, οι καταναλωτές απάντησαν ότι πράγματι τους επηρέαζε στην επιλογή του μέσου πληρωμής (35,41%), παρόλα αυτά αρκετοί ήταν εκείνοι (34,76), οι οποίοι δεν συμφώνησαν. Τέλος, το 29,84% του συνόλου του δείγματος ήταν ουδέτερο όσον αφορά την ενόχληση που τους προκαλεί η έλλειψη χρημάτων μετά την πληρωμή με μετρητά.

Πίνακας 6: Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του μέσου πληρωμής

Μεταβλητή		Συχνότητα	Ποσοστό %
Προγράμματα ανταμοιβής	Διαφωνώ απόλυτα	37	12,13
	Διαφωνώ	61	20
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	73	23,93
	Συμφωνώ	94	30,82
	Συμφωνώ απόλυτα	40	13,11
Ρέστα	Διαφωνώ απόλυτα	63	20,72

	Διαφωνώ	70	23,03
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	64	21,05
	Συμφωνώ	68	22,37
	Συμφωνώ απόλυτα	39	12,83
Χρεώσεις	Διαφωνώ απόλυτα	46	15,08
	Διαφωνώ	96	31,48
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	66	21,64
	Συμφωνώ	58	19,02
	Συμφωνώ απόλυτα	39	12,79
Συνήθεια	Διαφωνώ απόλυτα	20	6,56
	Διαφωνώ	50	16,39
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	84	27,54
	Συμφωνώ	110	36,07
	Συμφωνώ απόλυτα	41	13,44
Τεχνολογία	Διαφωνώ απόλυτα	27	8,85
	Διαφωνώ	17	5,57
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	60	19,67
	Συμφωνώ	131	42,95
	Συμφωνώ απόλυτα	70	22,95
Προσφερόμενες εκπώσεις	Διαφωνώ απόλυτα	19	6,23
	Διαφωνώ	17	5,57
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	31	10,16
	Συμφωνώ	125	40,98
	Συμφωνώ απόλυτα	113	37,05
Ορθολογική επιλογή	Διαφωνώ απόλυτα	9	2,95
	Διαφωνώ	26	8,52

	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	60	19,67
	Συμφωνώ	123	40,33
	Συμφωνώ απόλυτα	87	28,52
Πόνος πληρωμής	Διαφωνώ απόλυτα	53	17,38
	Διαφωνώ	53	17,38
	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	91	29,84
	Συμφωνώ	68	22,3
	Συμφωνώ απόλυτα	40	13,11

5.2.4 Πίνακες διπλής εισόδου

Για την περαιτέρω εξέταση της συμπεριφοράς καταναλωτών σχετικά με τη χρήση μετρητών και χρεωστικής κάρτας πραγματοποιήθηκαν πίνακες διπλής εισόδου. Οι πίνακες διπλής εισόδου χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν τη σχέση μεταξύ δύο ποιοτικών μεταβλητών (Kamakura & Wedel, 1997).

5.2.4.1 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και ηλικία των καταναλωτών

Όσον αφορά την ηλικία των καταναλωτών αυτοί που ήταν νέοι ηλικίας από 18 έως 35 ετών και χρησιμοποιούσαν σπάνια τη χρεωστική τους κάρτα αποτελούσαν το 6,56% του δείγματος, ενώ αυτοί που ανήκαν στην ίδια ηλικιακή ομάδα και χρησιμοποιούσαν τα μετρητά καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα αποτελούσαν το 27,55% του δείγματος. Οι μισοί (50%) από τους καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα σπάνια ήταν νέοι, ενώ οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν την χρεωστική τους κάρτα καθημερινά ήταν μέσης ηλικίας σε ποσοστό 65,02%. Διαφοροποιήσεις, όμως, παρατηρήθηκαν στους καταναλωτές οι οποίοι κατατάχθηκαν ηλικιακά στην μέση ηλικία. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές μέσης ηλικίας (μεταξύ 36 και 65 ετών) δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας (καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα) σε ποσοστό 44,59%, ενώ οι καταναλωτές μέσης ηλικίας με αυξημένη χρήση μετρητών αποτέλεσαν το 43,61% του συνόλου του δείγματος. Όσον αφορά τους ηλικιωμένους καταναλωτές, αν και το δείγμα των απαντήσεων ήταν πολύ μικρό (1,97%), οι περισσότεροι από αυτούς (1,66% επί του συνόλου των απαντήσεων) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστικής τους

κάρτα καθημερινώς ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα, ενώ πολύ χαμηλότερο ήταν το ποσοστό χρήσης μετρητών (0,99% επί του συνόλου των απαντήσεων).

5.2.4.2 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και φύλο των καταναλωτών

Σχετικά με το φύλο των ερωτηθέντων, παρατηρήθηκαν διαφοροποιήσεις. Πιο συγκεκριμένα, στο σύνολο τους οι ερωτώμενοι απάντησαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική κάρτα καθημερινά σε ένα ποσοστό της τάξης του 43,94% εκ των οποίων το 27,87% ήταν γυναίκες και το 16,07% άνδρες. Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρήθηκαν και με τη συχνότητα χρήσης μετρητών. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τα μετρητά συχνά (καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα) ήταν στην πλειοψηφία τους γυναίκες, ενώ ένα ποσοστό της τάξης του 25,9% επί του συνόλου των απαντήσεων ήταν άνδρες.

5.2.4.3 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας παρατηρήθηκε από τους έγγαμους καταναλωτές, οι οποίοι σε ένα ποσοστό της τάξης του 25,9% δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα καθημερινά. Παρόλα αυτά, οι άγαμοι καταναλωτές παρουσίασαν μειωμένη χρήση σε σχέση με τους έγγαμους κατά 14,75%. Παρόμοια αποτελέσματα παρουσιάστηκαν και στην περίπτωση των μετρητών αφού παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών ήταν έγγαμοι αποτελώντας το 39% επί του συνόλου του δείγματος.

5.2.4.4 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων

Σχετικά με την εκπαίδευση, η υψηλότερη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας παρατηρήθηκε από τους καταναλωτές που είχαν υψηλό μορφωτικό επίπεδο (ΑΕΙ/ΤΕΙ, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού) (43,92%), ενώ στην περίπτωση των μετρητών παρουσιάστηκε αυξημένη χρήση μετρητών από τους καταναλωτές με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης (34,11%).

5.2.4.5 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και επίπεδο εισοδήματος των ερωτώμενων

Αυξημένη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας παρατηρήθηκε από τους καταναλωτές που δήλωσαν μέσα και υψηλά επίπεδα εισοδήματος (45,91%), ενώ στην

περίπτωση των μετρητών οι καταναλωτές που δήλωσαν υψηλά επίπεδα εισοδήματος (20.000 ευρώ και πάνω) παρουσίασαν μειωμένη χρήση μετρητών.

5.2.4.6 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και τύπος κατοικίας των ερωτώμενων

Σχετικά με τον τύπο διαμονής των ερωτώμενων, παρατηρήθηκε καθημερινή χρήση χρεωστικής κάρτας από καταναλωτές που δήλωσαν ότι κατοικούσαν στο Δήμο Αχαρνών (51,49%) και στο υπόλοιπο Αττικής (44,78%) ενώ χαμηλότερη ήταν η καθημερινή χρήση των κατοίκων που δήλωσαν ως μόνιμη κατοικία επαρχιακές περιοχές.

5.2.4.7 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και διάφορα κόστη συναλλαγών

Σχετικά με τα κόστη των συναλλαγών, παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας (καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα) χρησιμοποίησαν τη χρεωστική τους κάρτα για συναλλαγές πολύ μικρής αξίας (δύο ευρώ και κάτω) σε χαμηλό ποσοστό (11,15%) ενώ στην περίπτωση των μετρητών, οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών πλήρωσαν με μετρητά αυτές τις συναλλαγές σε πολύ υψηλότερο ποσοστό (67,43%). Για συναλλαγές από 2,01 ευρώ μέχρι και 10 ευρώ, οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας πλήρωναν, συνήθως, με χρεωστική κάρτα αυτές τις συναλλαγές σε ένα ποσοστό του 29,19% (+18,04% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μέχρι 2 ευρώ), ενώ στην περίπτωση των μετρητών οι καταναλωτές που έδειξαν περισσότερο την προτίμηση τους στα μετρητά δήλωσαν ότι για ποσά από 2,01 ευρώ έως και 10 ευρώ θα πλήρωναν με μετρητά σε ποσοστό 58,68% (-8,75% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μέχρι 2 ευρώ). Για ποσά μεγαλύτερα από 10 ευρώ και μικρότερα από 15 ευρώ οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας φαίνεται ότι πλήρωναν με χρεωστική κάρτα σε ποσοστό 54,42% (+25,23% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μεταξύ 2,01 ευρώ μέχρι και 10 ευρώ) ενώ στην περίπτωση των μετρητών οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών πλήρωναν με μετρητά αυτά τα κόστη συναλλαγών σε ποσοστό 37,38% (-21,26% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μεταξύ 2,01 ευρώ μέχρι και 10 ευρώ). Στην συνέχεια, για ποσά μεγαλύτερα από 15 ευρώ και μικρότερα από 25 ευρώ, οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας δήλωσαν τη χρεωστική κάρτα ως την προτιμότερη επιλογή πληρωμής (67,86%). Παρόλα αυτά, στην περίπτωση των καταναλωτών που δήλωσαν αυξημένη χρήση

μετρητών, το ποσοστό χρήσης μετρητών μειώθηκε στο 24,59% (-12,59% σε σχέση με τη χρήση μετρητών για τα κόστη μεταξύ 10,01 έως και 15 ευρώ). Για κόστη από 25,01 ευρώ έως και 50 ευρώ οι καταναλωτές συνέχισαν να θεωρούν τη χρεωστική κάρτα προτιμότερη για αυτά τα κόστη συναλλαγών. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές με συχνή χρήση χρεωστικής κάρτας δήλωσαν ότι πλήρωναν με χρεωστική κάρτα σε ποσοστό της τάξης του 74,76% (+6,9% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μεταξύ 15,01 ευρώ έως και 25 ευρώ), ενώ οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών μείωσαν ακόμα περισσότερο τη συχνότητα χρήσης μετρητών για αυτά τα κόστη συναλλαγών αφού μονάχα ένα ποσοστό της τάξης του 15,73% πλήρωσε με μετρητά (-8,86% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μεταξύ 15,01 ευρώ και 25 ευρώ). Τέλος για ποσά μεγαλύτερα από 50 ευρώ, οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας αύξησαν ακόμα περισσότερο το ποσοστό συχνότητας χρήσης χρεωστικής κάρτας αφού πλήρωναν με χρεωστική κάρτα σε ένα ποσοστό 76,07% (+1,31% έναντι των ποσών μεταξύ 25,01 ευρώ έως και 50 ευρώ) ενώ στην περίπτωση των μετρητών, οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών πλήρωσαν με μετρητά σε ένα ποσοστό 8,86% (-6,87% σε σχέση με τα κόστη συναλλαγών μεταξύ 25,01 ευρώ έως και 50 ευρώ).

5.2.4.8 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και διάφορα είδη συναλλαγών

Όσον αφορά τα είδη των συναλλαγών, παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές με μειωμένη χρήση μετρητών (σπάνια) τείνουν να πληρώνουν με χρεωστική κάρτα τις συναλλαγές τους στις λαϊκές αγορές σε ένα ποσοστό του 9,38%. Σχετικά με τις συναλλαγές στην εστίαση τα αποτελέσματα διαφέρουν για κάθε κλάδο. Πιο συγκεκριμένα, για συναλλαγές σε καφέ και μπαρ οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας (καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα) δήλωσαν ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τελικά με μετρητά σε ποσοστό 46,56%. Παρόλα αυτά, οι καταναλωτές με μειωμένη χρήση μετρητών (σπάνια) δήλωσαν ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τους σε καφέ-μπαρ με μετρητά σε ένα ποσοστό 40,63%. Σχετικά με τις συναλλαγές στα εστιατόρια, οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση μετρητών δήλωσαν ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τους στα εστιατόρια συνήθως με κάρτα σε ποσοστό της τάξης του 39,35%, ενώ ένας στους τέσσερις καταναλωτές (25,57%) με αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας δήλωσε ότι πλήρωνε τις συναλλαγές στα εστιατόρια με τη χρήση μετρητών. Στις συναλλαγές των καταναλωτών στα Fast-food τα δεδομένα ήταν παρόμοια με τα

αποτελέσματα που αφορούσαν τις συναλλαγές στα εστιατόρια. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές με καθημερινή χρήση μετρητών δήλωσαν σε ποσοστό 32,35% ότι πλήρωναν με χρεωστική κάρτα τις συναλλαγές τους στα Fast-food ενώ οι καταναλωτές με καθημερινή χρήση χρεωστικής κάρτας πλήρωναν με μετρητά μονάχα σε ποσοστό 20,15%.

Σχετικά με τις συναλλαγές στα Super-Markets, οι καταναλωτές έδειξαν περισσότερο την προτίμηση τους στη χρεωστική κάρτα. Παρόλα αυτά, παρατηρήθηκε ότι οι μισοί (50%) από τους οι καταναλωτές που δηλώσαν μειωμένη χρήση χρεωστικής κάρτας δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα στις συναλλαγές τους στα Super-Markets. Αντίθετα, στην περίπτωση των μετρητών, οι καταναλωτές με καθημερινή χρήση μετρητών δήλωσαν στην πλειοψηφία τους (76,47%) ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τους στα Super-Markets, τελικά, με χρεωστική κάρτα. Όσον αφορά τις συναλλαγές στα παντοπωλεία, οι καταναλωτές πλήρωναν τόσο με μετρητά (48,85%) όσο και με χρεωστική κάρτα (51,15%). Παρόλα αυτά, ένα ποσοστό που δήλωσε ότι χρησιμοποιούσε τα μετρητά σπάνια πλήρωνε με μετρητά στις συναλλαγές του στα παντοπωλεία σε ποσοστό 18,75%.

Όσον αφορά τις συναλλαγές στα κομμωτήρια, παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές με καθημερινή χρήση χρεωστικής κάρτας πλήρωναν τις συναλλαγές τους στα κομμωτήρια με τη χρήση μετρητών σε ποσοστό 47,01%.

Στα φαρμακεία, οι καταναλωτές συνήθιζαν, στην πλειοψηφία τους να πληρώνουν με τη χρήση χρεωστικής κάρτας. Έτσι λοιπόν, παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές παρόλη την καθημερινή χρήση μετρητών πλήρωναν τις συναλλαγές τους στα φαρμακεία με τη χρήση χρεωστικής κάρτας σε ποσοστό 45,1%.

Σχετικά με τις συναλλαγές των καταναλωτών στην ένδυση και την υπόδηση, παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές με καθημερινή χρήση μετρητών πλήρωναν τελικά με χρεωστική κάρτα τις συναλλαγές τους στην ένδυση και την υπόδηση σε ποσοστό 73,53%.

Όσον αφορά τις συναλλαγές στα πρατήρια καυσίμων, οι καταναλωτές έδειξαν περισσότερο την προτίμηση τους στη χρεωστική κάρτα, παρόλα αυτά οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική κάρτα δύο με τρεις φορές την εβδομάδα, δήλωσαν ότι πλήρωναν συνήθως με μετρητά τις συναλλαγές τους στα πρατήρια καυσίμων σε ποσοστό 28,7%.

Τέλος, όσον αφορά τις πληρωμές λογαριασμών οι καταναλωτές έδειξαν την προτίμηση τους στη χρεωστική κάρτα λόγω της υφιστάμενης τεχνολογίας στο χώρο των πληρωμών. Παρόλη όμως την αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας στις πληρωμές λογαριασμών παρατηρήθηκε από τους καταναλωτές με μέτρια συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας (μια φορά την εβδομάδα) ότι πλήρωναν του λογαριασμούς τους με τη χρήση μετρητών σε ποσοστό 29,17%.

5.2.4.9 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και οικονομικός προϋπολογισμός των καταναλωτών

Εξετάζοντας τις μεταβλητές που εκφράζουν την άποψη των καταναλωτών σχετικά με τον οικονομικό προϋπολογισμό και τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας φαίνεται ότι οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας διευκολύνονται από τις διάφορες τραπεζικές πλατφόρμες αφού τους βοηθούν να έχουν τον έλεγχο της πορείας του προϋπολογισμού τους. Οι καταναλωτές εξέφρασαν τη συμφωνία τους σε ποσοστό 48,68%. Οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στο γεγονός ότι οι τραπεζικές πλατφόρμες τους βοηθούν στον έλεγχο του προϋπολογισμού τους ήταν μέσης ηλικίας και κατά κύριο λόγο γυναίκες. Όσον αφορά τη σχεδίαση ενός ορθού οικονομικού προϋπολογισμού, οι καταναλωτές που χρησιμοποιούσαν συχνά τη χρεωστική τους κάρτα (καθημερινά ή 2 έως 3 φορές την εβδομάδα) συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ποσοστό 39,14% ότι η χρεωστική κάρτα τους βοηθά να σχεδιάσουν έναν ορθό προϋπολογισμό, ενώ στην ερώτηση αν με τη χρεωστική κάρτα αποφεύγονται οι υπερβολικές δαπάνες που δεν είχαν υπολογιστεί στο σχεδιασμό του προϋπολογισμού, οι ίδιοι καταναλωτές (με αυξημένη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας) συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό 31,25%.

Από την άλλη πλευρά, οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών (καθημερινή χρήση ή 2 έως 3 φορές την εβδομάδα) στην ερώτηση αν τα μετρητά τους διευκόλυναν να ελέγξουν καλύτερα την πορεία του οικονομικού τους προϋπολογισμού με τον συνεχή έλεγχο των αποδείξεων των συναλλαγών τους, διαφώνησαν και διαφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό 30,25%. Παρόλα αυτά στην ερώτηση αν τα μετρητά τους διευκόλυναν, κατά έναν τρόπο, να αποφύγουν δαπάνες που δεν είχαν υπολογίσει, οι καταναλωτές με υψηλή συχνότητα χρήσης μετρητών συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό 31,48% επί του συνόλου του δείγματος. Τέλος, στην ερώτηση αν με τη χρήση των μετρητών επιτυγχάνεται ένας καλύτερος σχεδιασμός οικονομικού

προϋπολογισμού, οι καταναλωτές με αυξημένη χρήση μετρητών απάντησαν αρνητικά στο μεγαλύτερο ποσοστό τους (26,56%).

5.2.4.10 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και προγράμματα ανταμοιβής

Όσον αφορά τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας σε συνάρτηση με τα προγράμματα επιβράβευσης, οι καταναλωτές που απάντησαν ότι χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα καθημερινώς ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα, συμφώνησαν και συμφωνούσαν απόλυτα σε ένα ποσοστό της τάξης του 40%. Αυτοί οι καταναλωτές που συμφώνησαν ή συμφώνησαν απόλυτα ότι τα προγράμματα ανταμοιβής τους πρόσφεραν κάποιο παραπάνω κίνητρο ήταν στην πλειοψηφία τους γυναίκες, ηλικίας μεταξύ 36 έως 55 ετών, οι οποίες εργάζονταν στον ιδιωτικό τομέα.

5.2.4.11 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και ρέστα από συναλλαγές

Σχετικά με τα ρέστα και το γεγονός αν προκαλεί κάποια ενόχληση να λαμβάνει ο καταναλωτής ρέστα σε κέρματα, ενώ πληρώνει με χαρτονομίσματα, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τα μετρητά δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα έδειξαν την ενόχληση τους σε ένα ποσοστό της τάξης του 10,53%, ενώ όσον αφορά την ελαχιστοποίηση των κερμάτων στις συναλλαγές τους, οι ερωτώμενοι που χρησιμοποιούσαν τα μετρητά καθημερινά ή δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα απάντησαν ότι πράγματι επιζητούν την ελαχιστοποίηση των κερμάτων στις συναλλαγές τους (24,67%). Γενικά, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι συμφωνούν ή συμφωνούν απόλυτα στις ερωτήσεις συμφωνίας που αφορούσαν την ελαχιστοποίηση των κερμάτων ήταν, κατά κύριο λόγο, ηλικίας μεταξύ 36 έως 45 ετών των οποίων τα επίπεδα εισοδήματος ήταν χαμηλά ή μέσα. Στην ερώτηση αν τα ρέστα σε κέρματα ενόχλησαν τους καταναλωτές με υψηλή συχνότητα χρήσης μετρητών, οι ερωτώμενοι έδειξαν την ενόχληση τους σε ένα ποσοστό της τάξης του 15,46%. Τέλος, στην ερώτηση αν οι καταναλωτές πιστεύουν ότι από μια συναλλαγή θα λάβουν ρέστα σε κέρματα θα ήταν προτιμότερο για εκείνους να χρησιμοποιήσουν χρεωστική κάρτα, οι καταναλωτές που χρησιμοποιούσαν καθημερινώς ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα χρεωστική κάρτα, συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα σε ένα ποσοστό της τάξης του 54,19%.

5.2.4.12 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και χρεώσεις που περιλαμβάνουν διάφορες συναλλαγές

Σχετικά με τις χρεώσεις που περιλαμβάνουν οι συναλλαγές και αν αυτό είναι ένα κίνητρο να στραφεί ο καταναλωτής από τη χρεωστική κάρτα στα μετρητά, ένας στους τέσσερις καταναλωτές (25,91%) που χρησιμοποιούσε τη χρεωστική του κάρτα καθημερινά ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα συμφώνησε ή συμφώνησε απόλυτα, δείχνοντας έτσι την ενόχληση του για τις διάφορες χρεώσεις που περιλαμβάνουν ορισμένα είδη συναλλαγών. Παρόλη όμως την ενόχληση που εξέφρασαν αυτοί οι καταναλωτές, δήλωσαν ότι πλήρωναν τους λογαριασμούς τους με χρεωστική κάρτα σε ένα ποσοστό της τάξης του 27,22%.

5.2.4.13 Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και συνήθεια

Σχετικά με το εάν η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια, οι καταναλωτές που είχαν αυξημένη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας (καθημερινώς ή 2-3 φορές την εβδομάδα) δήλωσαν ότι ήταν επιλογή από συνήθεια σε ποσοστό 42,29%, ενώ στην περίπτωση των μετρητών το ποσοστό άγγιξε το 37,71%.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας στα Super-markets. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια, δήλωσαν ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τους στα Super-Markets με τη χρήση χρεωστικής κάρτας σε ένα ποσοστό της τάξης του 45,9%. Αντίθετα, στην περίπτωση των μετρητών, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι πράγματι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια, δήλωσαν ότι πλήρωναν τις συναλλαγές τους στις λαϊκές αγορές με τη χρήση μετρητών σε ένα ποσοστό της τάξης του 47,87%.

5.2.4.14 Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών

Όσον αφορά την τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών, οι καταναλωτές που χρησιμοποιούσαν τη χρεωστική τους κάρτα συχνά (καθημερινώς ή 2-3 φορές την εβδομάδα), συμφώνησαν με την παραπάνω ερώτηση σε ένα ποσοστό της τάξης του 58,69%. Οι καταναλωτές που συμφώνησαν ότι η τεχνολογία τους διευκολύνει στις συναλλαγές τους, κατατάσσονται ηλικιακά στην μέση ηλικία (45,25%) και πληρώνουν συνήθως τους λογαριασμούς τους με τη χρήση χρεωστικής κάρτας σε ένα ποσοστό της τάξης του 57,38%.

5.2.4.15 Συχνότητα χρήσης μετρητών και προσφερόμενες εκπτώσεις

Σχετικά με τις προσφερόμενες εκπτώσεις, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούσαν τα μετρητά καθημερινώς ή δύο με τρεις φορές την εβδομάδα

συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα ότι αν τους κάνει καλύτερη τιμή ο έμπορος με την προϋπόθεση να πληρώσουν με μετρητά, θα πληρώσουν με μετρητά σε ένα ποσοστό της τάξης του 59,35%. Η πλειοψηφία των καταναλωτών που συμφώνησαν ότι θα πλήρωναν με μετρητά ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες (29,83%), ενώ ένα παρόμοιο ποσοστό δήλωσε ότι ήταν είτε φοιτητές (20,99%) είτε άνεργοι (14,75%). Επίσης, παρατηρήθηκε ότι οι περισσότεροι από τους καταναλωτές που θα δέχονταν τις εκπτώσεις δήλωσαν ότι πλήρωναν με μετρητά τις συναλλαγές τους με ελεύθερους επαγγελματίες (52,13%) και τις συναλλαγές που αφορούσαν παροχή ιατρικών υπηρεσιών (42,3%).

5.2.4.16 Συχνότητα χρήσης μετρητών και θεωρία του πόνου πληρωμής (Pain of Paying)

Τέλος, σχετικά με τη θεωρία του πόνου πληρωμής (Pain of Paying), οι καταναλωτές που δήλωσαν αυξημένη χρήση μετρητών συμφώνησαν και συμφώνησαν απόλυτα με τη θεωρία του πόνου πληρωμής σε ένα ποσοστό της τάξης του 28,19%. Οι καταναλωτές που συμφώνησαν ή συμφώνησαν απόλυτα στο γεγονός ότι δεν απολάμβαναν όσον θα έπρεπε το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσαν λόγω της έλλειψης χρημάτων που υφίστανται στο πορτοφόλι τους ήταν, κατά κύριο λόγο, έγγαμοι και στην πλειοψηφία τους κάτοικοι του Δήμου Αχαρνών.

5.3 Διατάξιμη Λογιστική Παλινδρόμηση

Για να ελεγχθούν ποιοι από τους παράγοντες που βρέθηκαν βιβλιογραφικά επηρεάζουν την επιλογή των καταναλωτών να χρησιμοποιήσουν μετρητά ή/και χρεωστική κάρτα πραγματοποιήθηκαν μοντέλα παλινδρόμησης.

Συγκεκριμένα εκτιμήθηκαν δύο μοντέλα διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης για τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών. Η διατάξιμη λογιστική παλινδρόμηση είναι μέθοδος λογιστικής παλινδρόμησης κατά την οποία αναλύονται τα δεδομένα με σκοπό την εξαγωγή της σχέσης μεταξύ μιας εξαρτημένης μεταβλητής και κάποιων ανεξάρτητων. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές μπορεί να είναι ποσοτικές ή ποιοτικές και η εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνει πάνω από δυο διατάξιμες τιμές. Ειδικότερα αξιοποιήθηκαν οι δύο ερωτήσεις που περιείχε το ερωτηματολόγιο και αφορούσαν τη συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας αντίστοιχα. Οι συγκεκριμένες μεταβλητές (FrequencyDebitcard και FrequencyCash) ήταν πενταβάθμιας κλίμακας συμφωνίας (Likert) και για αυτό τον λόγο η μέθοδος που

χρησιμοποιήθηκε ήταν της διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης (Ordered Logistic Regression). Πιο συγκεκριμένα, εκτιμήθηκε η κάτωθι συνάρτηση:

$$\bullet \quad \text{link}(Y_j) = \Theta_j - [\beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p]$$

Όπου Y_j συμβολίζει την εξαρτημένη μεταβλητή, οι τιμές της οποίας δηλώνονται με j ($j=1, 2, \dots, k$). Μία εκ των τιμών αυτών χρησιμοποιείται ως κατηγορία αναφοράς και συνήθως είναι η k . X είναι οι ερμηνευτικές μεταβλητές το πλήθος των οποίων δηλώνεται με p και αριθμούνται με $g=1, 2, \dots, p$. β είναι οι εκτιμώμενοι συντελεστές της επίδρασης. i δηλώνει την κάθε στατιστική μονάδα $i=1, 2, \dots, n$ όπου n το πλήθος τους. Y_i συμβολίζει την τιμή της εξαρτημένης μεταβλητής στη i στατιστική μονάδα, όπου λαμβάνει j τιμές. X_i δηλώνει την g ερμηνευτική μεταβλητή στην i στατιστική μονάδα. Θ_j είναι οι σταθερές του μοντέλου και υπολογίζονται για τις j κατηγορίες των τιμών της εξαρτημένης μεταβλητής, ενώ οι τιμές των ανεξάρτητων μεταβλητών δεν επηρεάζουν αυτό το τμήμα του μοντέλου. Η συνάρτηση σύνδεσης $\text{link}(Y)$ είναι ένας μετασχηματισμός του αθροιστικού λόγου πιθανοτήτων (cumulative odds) για τις j κατηγορίες της εξαρτημένης μεταβλητής που, ανάλογα με το εκάστοτε υπό διερεύνηση πρόβλημα, επιτρέπει τη βέλτιστη εκτίμηση των παραμέτρων του μοντέλου (Καλαμαράς, 2016).

5.3.1 Παράγοντες που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας

Αρχικά εκτιμήθηκε παλινδρόμηση για την επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών στη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και στη συχνότητα χρήσης μετρητών. Οι ερμηνευτικές μεταβλητές (δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών) που χρησιμοποιήθηκαν ήταν ποιοτικές μεταβλητές. Μεταβλητές, οι οποίες ήταν κλίμακας, όπως η ηλικία και το εισόδημα, μετατράπηκαν σε ψευδομεταβλητές. Αυτές οι νέες μεταβλητές χαρακτηρίζονται dummy (δίτιμες) αφού παίρνουν την τιμή 1 για την απάντηση για την οποία γίνεται ο έλεγχος και 0 για όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες της συγκεκριμένης μεταβλητής.

Πιο συγκεκριμένα, εκτιμήθηκαν οι κάτωθι διατάξιμες λογιστικές παλινδρομήσεις:

FrequencyDebitCard= bGender +bOffspings +bmisthotos + bagamoi + beparxia + byspilaeisodimata +bMESILIKOI + bypsilaepipedaekapideusis

και

FrequencyCash= bGender +bOffspings +bmisthotos + bagamoi + beparxia + byspilaeisodimata +bMESILIKOI + bypsilaepipedaekapideusis

όπου:

- FrequencyDebitCard: εξαρτημένη μεταβλητή κλίμακας Likert που σχετίζεται με τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας. Παίρνει την τιμή 1 όταν ο καταναλωτής χρησιμοποιεί τη χρεωστική κάρτα σπανίως, 2 εάν χρησιμοποιεί τη χρεωστική κάρτα μια φορά το μήνα, 3 εάν χρησιμοποιεί την χρεωστική του κάρτα μια φορά την εβδομάδα, 4 αν η χρήση της φτάνει τις δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα και 5 αν η χρήση της θεωρείται καθημερινή
- FrequencyCash: εξαρτημένη μεταβλητή κλίμακας Likert που σχετίζεται με τη συχνότητα χρήσης μετρητών. Παίρνει την τιμή 1 όταν ο καταναλωτής χρησιμοποιεί τα μετρητά σπανίως, 2 εάν χρησιμοποιεί τα μετρητά μια φορά το μήνα, 3 εάν χρησιμοποιεί τα μετρητά μια φορά την εβδομάδα, 4 αν η χρήση των μετρητών φτάνει τις δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα και 5 αν η χρήση μετρητών θεωρείται καθημερινή

και ερμηνευτικές μεταβλητές:

- Gender: ποιοτική μεταβλητή η οποία εκφράζει το φύλο του ερωτώμενου και παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα.
- Offsprings: ποιοτική μεταβλητή η οποία παίρνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος έχει παιδιά και την τιμή 0 όταν δεν έχει.
- Misthotos: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής είναι μισθωτός (δημόσιος και ιδιωτικός υπάλληλος) και την τιμή 0 όταν δεν είναι μισθωτός.
- Agamoi: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής είναι άγαμος και την τιμή 0 για όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες οικογενειακής κατάστασης.
- Eparchia: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής είναι μόνιμος κάτοικος επαρχίας και την τιμή 0 όταν κατοικεί στην Αττική.
- Yspilaeisodimata: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής δήλωσε ετήσιο ατομικό εισόδημα μεγαλύτερο από 20.000 ευρώ και την τιμή 0 όταν δήλωσε ατομικό εισόδημα μικρότερο ή ίσο με 20.000 ευρώ.

- MESILIKOI: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής είναι ηλικίας από 36 έως 65 ετών και την τιμή 0 για όλες τις υπόλοιπες ηλικιακές κατηγορίες.
- Ypsilaeipedaekapideusis: ψευδομεταβλητή η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο καταναλωτής έχει υψηλό μορφωτικό επίπεδο (κάτοχος πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ, κάτοχος μεταπτυχιακού και διδακτορικού) και την τιμή 0 όταν έχει χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.

5.3.1.1 Εμπειρικά αποτελέσματα

Τα εμπειρικά αποτελέσματα της εκτίμησης του υποδείγματος της διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης που αφορούν την επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών στη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας εμφανίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 7: Εκτίμηση διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης για τον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας (n=305).

Variable	Αρχικό υπόδειγμα	Τελικό υπόδειγμα
Gender	0,1805901 (0,73)	-
Offsprings	-0,2788072 (-0,70)	-
Misthotos	1,02592 (4,29)***	1,066927 (4,57)***
Agamoi	-0,5240035 (-1,19)	-
Eparxia	-1,292639 (-3,58)***	-1,312835 (-3,68)***
Ypsilaeisodimata	0,7847592 (2,17)**	0,8271335 (2,31)**
MESILIKOI	0,0128602 (0,04)	-
ypsilaepipedaekapideusis	0,459108 (1,93)*	0,4404931 (1,86)*

Log Likelihood	-340,92612	-341,93434
LR chi2	60,11***	58,10***
Pseudo R2	0,0810	0,0783

Σημείωση: Στην παρένθεση εμφανίζεται η στατιστική z.

***, **, * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα 1%, 5%, 10% αντίστοιχα.

Συμπερασματικά, το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η ηλικία και η ύπαρξη παιδιών φαίνεται ότι δεν επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης της χρεωστικής κάρτας, καθώς δεν παρουσιάζουν στατιστική σημαντικότητα. Από το τελικό υπόδειγμα γίνεται φανερό ότι το επάγγελμα, ο τόπος κατοικίας, το εισόδημα και το μορφωτικό επίπεδο είναι παράγοντες που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης της χρεωστικής κάρτας.

Πιο συγκεκριμένα, οι μισθωτοί του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα είναι πιθανότερο να χρησιμοποιούν καθημερινά τη χρεωστική τους κάρτα σε σύγκριση με τις υπόλοιπες επαγγελματικές κατηγορίες σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Αντίθετα, αυτοί που δήλωσαν ότι κατοικούν στην επαρχία επειδή ο συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο είναι λιγότερο πιθανό να ταξινομηθούν στην υψηλότερη κατηγορία χρήσης χρεωστικής κάρτας, δηλαδή να χρησιμοποιούν καθημερινά τη χρεωστική τους κάρτα. Από την άλλη πλευρά όσοι έχουν υψηλό εισόδημα είναι πιθανότερο να χρησιμοποιούν καθημερινά τη χρεωστική τους κάρτα σε σύγκριση με αυτούς που έχουν χαμηλό εισόδημα, όπως και αυτοί που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Το θετικό πρόσημο του συντελεστή δείχνει ότι τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου και εισοδήματος χρησιμοποιούν συχνότερα τη χρεωστική τους κάρτα.

Τα εμπειρικά αποτελέσματα της εκτίμησης του υποδείγματος της διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης που αφορούν την επίδραση των δημογραφικών χαρακτηριστικών στη συχνότητα χρήσης μετρητών εμφανίζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 8: Εκτίμηση διατάξιμης λογιστικής παλινδρόμησης για τον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών (n=305).

Variable	Αρχικό υπόδειγμα	Τελικό υπόδειγμα
Gender	0,3079339 (1,32)	-
Offsprings	-0,0214222	-

	(-0,06)	
Misthotos	-0,2902544 (-1,10)	-
Agamoi	0,510111 (0,58)	-
Eparxia	0,3253939 (0,92)	-
Ypsilaeisodimata	-0,4289037 (-1,35)	-
MESILIKOI	-0,1628486 (-0,60)	-0,4751719 (-2,14)**
ypsilaepipedaekapideusis	-0,6075539 (-2,66)**	-0,7572471 (-3,47)***
Log Likelihood	-401,50399	-405,31243
LR chi2	25,68***	18,7***
Pseudo R2	0,0310	0,0218

Σημείωση: Στην παρένθεση εμφανίζεται η στατιστική z.

***, **, * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα 1%, 5%, 10% αντίστοιχα.

Συμπερασματικά, το φύλο, η οικογενειακή κατάσταση, η ύπαρξη παιδιών, το επάγγελμα, ο τόπος κατοικίας των καταναλωτών καθώς και το εισόδημα φαίνεται ότι δεν επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών, καθώς δεν παρουσιάζουν στατιστική σημαντικότητα. Από το τελικό υπόδειγμα γίνεται φανερό ότι η ηλικία και το μορφωτικό επίπεδο είναι παράγοντες που επηρεάζουν τη συχνότητα χρήσης μετρητών. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές, οι οποίοι βρίσκονται στην μέση ηλικία, δηλαδή μεταξύ 36 και 65 ετών, επειδή ο συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο, είναι λιγότερο πιθανό να ταξινομηθούν στην υψηλότερη κατηγορία χρήσης μετρητών, δηλαδή να χρησιμοποιούν καθημερινά τα μετρητά στις συναλλαγές τους σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ηλικιακές κατηγορίες σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρήθηκαν και για τους καταναλωτές με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (πτυχιούχοι ΑΕΙ/ΤΕΙ, κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού). Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές με υψηλό μορφωτικό επίπεδο είναι λιγότερο πιθανό να χρησιμοποιούν καθημερινά τα μετρητά στις συναλλαγές τους σε σύγκριση με αυτούς

που έχουν χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης, σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%

5.4 Σχολιασμός των αποτελεσμάτων της έρευνας

Σύμφωνα με την υπάρχουσα βιβλιογραφία υπάρχουν διάφοροι παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή να πληρώσει με χρεωστική κάρτα ή/και με μετρητά. Στην συγκεκριμένη εργασία εξετάστηκαν ποιοι από τους παράγοντες που βρέθηκαν βιβλιογραφικά, φαίνεται να επηρεάζουν και τους Έλληνες καταναλωτές που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο.

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι καταναλωτές μέσης ηλικίας χρησιμοποιούσαν συχνότερα τη χρεωστική τους κάρτα στις συναλλαγές τους έναντι των υπόλοιπων ηλικιακών κατηγοριών. Σύμφωνα με τους Caddy et al. (2020), η χρήση χρεωστικής κάρτας ήταν υψηλότερη στις νέες ηλικίες αλλά παρουσιάστηκε μια αξιοσημείωτη χρήση από τους καταναλωτές οι οποίοι βρίσκονταν ηλικιακά στην μέση ηλικία, κάτι το οποίο φαίνεται και στην παρούσα έρευνα. Σχετικά με το φύλο των καταναλωτών, οι γυναίκες παρουσίασαν υψηλότερη χρήση χρεωστικής κάρτας έναντι των ανδρών καταναλωτών, κάτι το οποίο είναι σύμφωνο με την έρευνα των Borzekowsk et al. (2006).

Όσον αφορά το μορφωτικό επίπεδο των καταναλωτών, στην συγκεκριμένη έρευνα φάνηκε ότι οι καταναλωτές με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (με πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ, με μεταπτυχιακό ή διδακτορικό) παρουσίασαν υψηλότερη χρήση χρεωστικής κάρτας, ενώ οι καταναλωτές με χαμηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης χρησιμοποιούσαν συχνότερα μετρητά. Το παραπάνω αποτέλεσμα είναι παρόμοιο με τις έρευνες των Lee et al. (2007), Bortzekowsk et al. (2006) και Truong et al. (2020), οι οποίοι επισήμαναν ότι όσο αυξάνεται το επίπεδο εκπαίδευσης, τόσο αυξάνεται και η χρήση χρεωστικής κάρτας.

Σχετικά με το επάγγελμα των καταναλωτών, είναι πιθανότερο οι καταναλωτές που είναι μισθωτοί να χρησιμοποιήσουν περισσότερο τη χρεωστική τους κάρτα για τις συναλλαγές τους σε αντίθεση με τις υπόλοιπες επαγγελματικές κατηγορίες, ενώ υψηλότερη παρουσιάστηκε η συχνότητα χρήσης μετρητών από τις υπόλοιπες επαγγελματικές κατηγορίες καθώς και από τους άνεργους καταναλωτές, κάτι το οποίο παρουσιάζει ομοιότητες με την έρευνα του Stavins (2018). Όσον αφορά το επίπεδο εισοδήματος των καταναλωτών, οι καταναλωτές με υψηλό εισόδημα παρουσίασαν υψηλή χρήση χρεωστικής κάρτας σε αντίθεση με τους καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν

χαμηλά επίπεδα εισοδήματος ή με αυτούς που δήλωσαν ότι δεν διέθεταν καθόλου εισόδημα. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα ήταν παρόμοιο με την έρευνα των Lee et al. (2007) και Shy (2020).

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση, οι έγγαμοι καταναλωτές χρησιμοποιούσαν συχνότερα τη χρεωστική τους κάρτα, ενώ οι άγαμοι καταναλωτές χρησιμοποιούσαν περισσότερο τα μετρητά στις συναλλαγές τους, κάτι το οποίο το αναφέρει και η των Bortzekowsk et al. (2006). Όσον αφορά το επίπεδο εισοδήματος των καταναλωτών, οι καταναλωτές με μέσα και υψηλά επίπεδα εισοδήματος χρησιμοποιούσαν συχνότερα τη χρεωστική τους κάρτα σε αντίθεση με τους καταναλωτές οι οποίοι δήλωσαν χαμηλά επίπεδα εισοδήματος ή με αυτούς που δήλωσαν ότι δεν διέθεταν καθόλου εισόδημα. Τέλος, σχετικά με τον τόπο διαμονής των καταναλωτών, η χρήση χρεωστικής κάρτας ήταν υψηλότερη στα αστικά κέντρα σε αντίθεση με τις επαρχιακές περιοχές όπου η χρήση μετρητών παρουσιάστηκε υψηλότερη. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα ήταν παρόμοιο με την έρευνα των Caddy et al. (2020).

Αναφορικά με την αξία των συναλλαγών, οι καταναλωτές δήλωσαν ότι προτιμούν περισσότερο τα μετρητά για χαμηλότερης αξίας συναλλαγές, ενώ η πλειοψηφία δήλωσε ότι χρησιμοποιούσε τη χρεωστική κάρτα για μεγαλύτερης αξίας συναλλαγές. Πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν με μετρητά για συναλλαγές μέχρι 10 ευρώ, ενώ για συναλλαγές από 10 ευρώ και πάνω, η πλειοψηφία, δήλωσε ότι χρησιμοποιούσε περισσότερο τη χρεωστική κάρτα. Το αποτέλεσμα ήταν παρόμοιο με την έρευνα των Simon et al. (2010) όπου επισήμαναν ότι για συναλλαγές μεγαλύτερες από 10 ευρώ οι καταναλωτές πλήρωναν τις συναλλαγές με κάρτα, ενώ για χαμηλότερης αξίας συναλλαγές οι καταναλωτές προτιμούσαν τα μετρητά.

Συμπερασματικά, όσον αφορά τα διάφορα είδη συναλλαγών, οι καταναλωτές δήλωσαν ότι πλήρωναν με μετρητά σε:

- Λαϊκές αγορές
- Καφέ-μπαρ
- Κομμωτήρια
- Συναλλαγές με ελεύθερους επαγγελματίες
- Συναλλαγές που αφορούσαν παροχή ιατρικών υπηρεσιών,

ενώ με τη χρήση χρεωστικής κάρτας οι καταναλωτές δήλωσαν ότι πλήρωναν:

- Συναλλαγές σε Super-Markets

- Συναλλαγές σε εστιατόρια
- Συναλλαγές σε Fast-Food
- Συναλλαγές σε παντοπωλεία
- Συναλλαγές σε φαρμακεία
- Συναλλαγές που αφορούσαν ένδυση και υπόδηση
- Συναλλαγές σε βενζινάδικα
- Συναλλαγές σε εμπορικά κέντρα
- Πληρωμές λογαριασμών
- Συνδρομές γυμναστηρίων
- Αγορές εισιτηρίων

Η συγκεκριμένη έρευνα παρουσιάζει αρκετές ομοιότητες με την έρευνα των Swiecka et al. (2021). Διαφορά ωστόσο εντοπίζεται στις συναλλαγές Fast-Food καθώς και στις αγορές εισιτηρίων όπου στην έρευνα των Swiecka et al. (2021) αυτά τα δύο είδη συναλλαγών παρουσίασαν υψηλότερη χρήση μετρητών παρά χρεωστικής κάρτας.

Όσον αφορά τον οικονομικό προϋπολογισμό και την επιλογή του μέσου πληρωμής, οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο έδειξαν τη συμφωνία τους στο γεγονός ότι με τη χρήση των χρεωστικών καρτών επιτυγχάνουν καλύτερο έλεγχο λόγω της υφιστάμενης τεχνολογίας που τους προσφέρουν οι τραπεζικές πλατφόρμες. Επίσης, οι καταναλωτές συμφώνησαν, στην πλειοψηφία τους, στο γεγονός ότι με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας μπορούν να σχεδιάσουν έναν σωστό προϋπολογισμό, παρόλα αυτά διαφώνησαν στο γεγονός ότι με τη χρήση της χρεωστικής τους κάρτας μπορούν να αποφύγουν δαπάνες που δεν είχαν υπολογίσει στο στάδιο του σχεδιασμού του οικονομικού προϋπολογισμού τους. Τα παραπάνω αποτελέσματα παρουσίασαν ομοιότητες με αυτά της έρευνας των Hernadez et al. (2014). Όσον αφορά τη χρήση μετρητών, οι καταναλωτές διαφώνησαν στο γεγονός ότι με τη χρήση μετρητών μπορούν να ελέγξουν την πορεία του οικονομικού τους προϋπολογισμού καθώς και στο γεγονός ότι μπορούν με τη χρήση μετρητών να σχεδιάσουν έναν ορθό προϋπολογισμό. Παρόλη τη διαφωνία τους στις ερωτήσεις περί σχεδιασμού και ελέγχου του οικονομικού τους προϋπολογισμού με τη χρήση μετρητών, οι καταναλωτές έδειξαν τη συμφωνία τους στο γεγονός ότι με τη χρήση μετρητών μπορούν να αποφύγουν δαπάνες τις οποίες δεν είχαν υπολογίσει στο στάδιο του σχεδιασμού. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα παρουσίασαν ομοιότητες με την έρευνα των Hernadez et al. (2014), αφού στην έρευνα τους φάνηκε ότι οι καταναλωτές δεν

προτιμούν να σχεδιάσουν έναν ορθό οικονομικό προϋπολογισμό ή να ελέγχουν συνεχώς την πορεία του ελέγχοντας τις αποδείξεις των συναλλαγών τους με τη χρήση μετρητών αλλά προτιμούν να έχουν χρήματα στο πορτοφόλι τους και να ξοδεύουν μονάχα όσα χρήματα διαθέτουν στο πορτοφόλι τους ώστε να αποφύγουν τυχόν δαπάνες.

Ο επόμενος παράγοντας που εξετάστηκε είχε ως επίκεντρο τα προγράμματα επιβράβευσης. Οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο, δήλωσαν ότι τα προγράμματα ανταμοιβής τους προσφέρουν ένα παραπάνω κίνητρο να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους έναντι των μετρητών, κάτι το οποίο υποστήριζαν και οι Wang & Wolman (2016), Ching et al. (2010), Valverde & Zegarra (2009) στις έρευνες τους. Παρόλα αυτά, ένας στους τρεις καταναλωτές διαφώνησε με το γεγονός ότι τα προγράμματα ανταμοιβής του προσδίδουν ένα παραπάνω κίνητρο να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική κάρτα έναντι των μετρητών. Το συγκεκριμένο αποτέλεσμα, φάνηκε και από την έρευνα των Valverde & Zegarra (2009), οι οποίοι μελέτησαν ποιες θα ήταν οι επιπτώσεις σε περίπτωση κατάργησης των προγραμμάτων ανταμοιβής και εξήγαγαν ως συμπέρασμα ότι πολλοί θα είναι οι καταναλωτές οι οποίοι θα συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα παρόλη τη κατάργηση των προγραμμάτων ανταμοιβής.

Σχετικά με τα ρέστα που λαμβάνουν οι καταναλωτές από τις συναλλαγές τους και συγκεκριμένα αν τους ενοχλεί να λαμβάνουν ρέστα σε κέρματα, ενώ πληρώνουν με χαρτονομίσματα, η πλειοψηφία των καταναλωτών απάντησε ότι δεν τους ενοχλούν τα ρέστα σε κέρματα. Την ίδια άποψη εξέφρασαν και για την ερώτηση περί ελαχιστοποίησης των κερμάτων, αφού η πλειοψηφία δήλωσε ότι δεν τους ενδιαφέρει αρκετά η ελαχιστοποίηση των κερμάτων στις συναλλαγές τους. Αντίθετά η έρευνα των Chen et al. (2019) η οποία είχε ως επίκεντρο τα ρέστα που λαμβάνουν οι καταναλωτές σε συνδυασμό με την τελική επιλογή του μέσου πληρωμής, έδειξε ότι ενοχλούν τους καταναλωτές τα κέρματα που λαμβάνουν ως ρέστα.

Σχετικά με τις χρεώσεις που περιλαμβάνουν ορισμένα είδη συναλλαγών, οι καταναλωτές έδειξαν την ενόχληση τους σε ποσοστό 31,81%, παρόλα αυτά η πλειοψηφία (46,56%) δήλωσε ότι δεν τους ενοχλούν οι χρεώσεις που εμπεριέχουν κάποια είδη συναλλαγών. Σύμφωνα με τους Hoang & Vu (2020), οι καταναλωτές χρησιμοποιούν τη χρεωστική κάρτα στις συναλλαγές τους, παρά την επιβάρυνση με

χρεώσεις, επειδή με τη χρησιμοποίηση της χρεωστικής κάρτας προσβλέπουν σε γρηγορότερη εξυπηρέτηση.

Όσον αφορά τον παράγοντα «συνήθεια», σχεδόν ένας στους δύο καταναλωτές απάντησε ότι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια, κάτι το οποίο συμφωνεί με την έρευνα που πραγματοποίησε ο Shy (2019), ο οποίος μέσω της παρατήρησης των ημερολογίων πληρωμής των καταναλωτών εξήγαγε ως συμπέρασμα ότι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια.

Σχετικά με την εξοικονόμηση χρόνου λόγω της τεχνολογίας, δύο στους τρεις καταναλωτές που έλαβαν μέρος στην έρευνα δήλωσαν ότι τους διευκολύνει η τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών αφού μέσω αυτής της διαδικασίας έχουν ένα ξεκάθαρο όφελος, την εξοικονόμηση χρόνου. Σύμφωνα με τους Knezevic et al. (2019), ο καταναλωτής είναι θετικός στη διευκόλυνση των συναλλαγών του από την τεχνολογία, κάτι το οποίο παρατηρήθηκε και στη συγκεκριμένη έρευνα,

Όσον αφορά τις προσφερόμενες εκπτώσεις, φάνηκε ότι οι καταναλωτές σε ποσοστό 78,03% θα δέχονταν να πληρώσουν με μετρητά αν τους έκανε καλύτερη τιμή ο έμπορος. Ο συγκεκριμένος παράγοντας δεν βρέθηκε βιβλιογραφικά, παρόλα αυτά φάνηκε ότι οι προσφερόμενες εκπτώσεις επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή να πληρώσει με μετρητά ή/και με χρεωστική κάρτα.

Ο τελευταίος παράγοντας που εξετάστηκε σχετίζονταν με τη θεωρία του πόνου πληρωμής (theory pain of paying). Οι καταναλωτές, στην πλειοψηφία τους, απάντησαν ότι συμφωνούν με τη θεωρία του πόνου πληρωμής, δηλαδή δεν απολαμβάνουν όσο θα έπρεπε το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσαν λόγω της έλλειψης χρημάτων που παρατηρούν στο πορτοφόλι τους, κάτι που δεν το βιώνουν με τη χρήση της χρεωστικής κάρτας. Η συγκεκριμένη συμπεριφορά των καταναλωτών παρουσιάζει ομοιότητες με την έρευνα των Runnermark et al. (2015). Παρόλα αυτά, σχεδόν ένας στους τρεις καταναλωτές δήλωσε ότι δεν επηρεάζεται από την θεωρία του πόνου πληρωμής

Κεφάλαιο 6ο: Συμπεράσματα

Οι πληρωμές αγαθών και υπηρεσιών αποτελούν ένα μεγάλο μέρος της ζωής των ανθρώπων. Οι καταναλωτές πληρώνουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες με διάφορα μέσα πληρωμών. Τα δύο, όμως, συνηθέστερα μέσα πληρωμής αποτελούν η χρεωστική κάρτα και τα μετρητά.

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, παρατηρείται ότι η χρήση της χρεωστικής κάρτας παρουσιάζει συνεχώς αυξήσεις. Οι Έλληνες καταναλωτές άρχισαν προοδευτικά να χρησιμοποιούν τη χρεωστική τους κάρτα μετά την επιβολή των κεφαλαιουχικών περιορισμών (2015) (Capital Controls). Επίσης, η δημόσια διοίκηση, ενθαρρύνει τη χρήση χρεωστικής κάρτας, αφού με την αύξηση χρήσης χρεωστικής κάρτας, αναμένεται αύξηση των εσόδων του κράτους από τη φορολογία. Από την άλλη πλευρά οι αντιδράσεις των καταναλωτών απέναντι στη χρήση χρεωστικής κάρτας διαφοροποιούνται. Πολλοί είναι οι καταναλωτές, οι οποίοι χρησιμοποιούν τη χρεωστική τους κάρτα γιατί έχουν κάποιο ξεκάθαρο όφελος έναντι των μετρητών όπως για παράδειγμα την αυξημένη ασφάλεια συναλλαγών ή την ευκολία πληρωμής λογαριασμών μέσω διαδικτύου. Παρόλα αυτά, υπάρχουν καταναλωτές οι οποίοι δεν νιώθουν ευχαριστημένοι από τις λειτουργίες της χρεωστικής κάρτας με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν μειωμένη χρήση χρεωστικής κάρτας και αυξημένη χρήση μετρητών. Γενικά όμως, η πλειοψηφία των καταναλωτών χρησιμοποιεί τη χρεωστική κάρτα ως υποκατάστατο των μετρητών για να πληρώνει τις συναλλαγές της. Παρόλη όμως την αυξημένη χρήση χρεωστικής κάρτας που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια, αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι επιμένουν να χρησιμοποιούν τα μετρητά. Οι καταναλωτές θέλουν τα μετρητά στις ζωές τους και αυτό φάνηκε από την έρευνα των Caddy et al. (2020), όπου παρατηρήθηκε ότι οι καταναλωτές σε ποσοστό 80% χρησιμοποίησαν τα μετρητά μια φορά τον μήνα.

Γενικά, η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια πολύπλοκη υπόθεση αφού εμπεριέχει το προσωπικό στίγμα κάθε καταναλωτή. Οι καταναλωτές καθημερινώς επηρεάζονται από διάφορους παράγοντες οι οποίοι κατευθύνουν και την επιλογή του μέσου πληρωμής. Γενικά, οι παράγοντες αυτοί λειτουργούν συνδυαστικά μεταξύ τους αφού η επιλογή του μέσου πληρωμής θεωρείται μια πολυπαραγοντική υπόθεση.

Ένας από τους βασικότερους παράγοντες, ο οποίος φάνηκε και στη συγκεκριμένη έρευνα, είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών. Σύμφωνα με την παρούσα έρευνα οι καταναλωτές που χρησιμοποιούν καθημερινά τη χρεωστική τους

κάρτα είναι έγγαμοι, γυναίκες, μέσης ηλικίας, που εργάζονται ως μισθωτοί και διαθέτουν μέσα ή υψηλά επίπεδα εισοδήματος και εκπαίδευσης και κατοικούν, κατά κύριο λόγο, στα αστικά κέντρα. Όσον αφορά τη χρήση μετρητών, καθημερινή παρατηρήθηκε η συχνότητα χρήσης μετρητών κυρίως από τους άνδρες καταναλωτές, από νέους, οι οποίοι διαθέτουν χαμηλά επίπεδα εισοδήματος και εκπαίδευσης. Επιπλέον, παρατηρήθηκε ότι υψηλή ήταν η συχνότητα χρήσης μετρητών από τους άγαμους καταναλωτές και από τους καταναλωτές οι οποίοι κατοικούσαν σε επαρχιακές περιοχές.

Πέραν των δημογραφικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών, σημαντικός παράγοντας είναι το κόστος της συναλλαγής. Στη συγκεκριμένη έρευνα το κόστος συναλλαγής φάνηκε ότι επηρεάζει την επιλογή των καταναλωτών να πληρώσουν με μετρητά ή χρεωστική κάρτα αφού η πλειοψηφία των καταναλωτών προτιμά να πληρώνει με μετρητά συναλλαγές μέχρι δέκα ευρώ, ενώ για συναλλαγές υψηλότερης αξίας, η χρεωστική κάρτα προτιμάται περισσότερο από τους καταναλωτές.

Σημαντικό ρόλο στην επιλογή του μέσου πληρωμής, όπως φάνηκε και από την βιβλιογραφία, έχει το είδος της συναλλαγής. Οι καταναλωτές, συνήθως, πληρώνουν με συγκεκριμένα μέσα πληρωμής τα διάφορα είδη συναλλαγών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα οι συναλλαγές στα Super-Markets, όπου οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο πλήρωσαν με τη χρήση χρεωστικής κάρτας σε ποσοστό 89,84%.

Σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή να πληρώσει με μετρητά ή με χρεωστική κάρτα είναι ο ρόλος του οικονομικού προϋπολογισμού. Οι καταναλωτές που έχουν εντάξει τον οικονομικό προϋπολογισμό στην καθημερινότητα τους, επιλέγουν να τον υλοποιήσουν είτε με τη χρήση χρεωστικής κάρτας είτε με τη χρήση μετρητών. Συνεπώς, όπως φάνηκε, οι καταναλωτές όταν θέλουν να σχεδιάσουν έναν ορθό προϋπολογισμό ή να ελέγξουν την πορεία του αξιοποιώντας τις διάφορες τραπεζικές πλατφόρμες, οι οποίες τους παρέχουν διάφορες πληροφορίες, επιλέγουν συνήθως τη χρεωστική κάρτα. Παρόλα αυτά, αν οι καταναλωτές επιθυμούν να αποφύγουν δαπάνες τις οποίες δεν είχαν υπολογίσει, προτιμούν τη χρήση μετρητών.

Σχετικά με τα προγράμματα ανταμοιβής, οι καταναλωτές όπως φάνηκε και από την βιβλιογραφία, επιθυμούν να λαμβάνουν κάποιου είδους ανταμοιβή από τις πληρωμές των συναλλαγών τους. Οι καταναλωτές προσβλέπουν σε ένα ξεκάθαρο όφελος χρησιμοποιώντας τη χρεωστική τους κάρτα έναντι των μετρητών, κάτι το

οποίο φάνηκε και στη συγκεκριμένη έρευνα αφού σχεδόν ένας στους δύο καταναλωτές συμφώνησε στο γεγονός ότι τα προγράμματα ανταμοιβής τους δίνουν ένα παραπάνω κίνητρο να πληρώσουν με χρεωστική κάρτα. Παρόλα αυτά, ένας στους τρεις καταναλωτές διαφώνησε με το γεγονός ότι τα προγράμματα ανταμοιβής του προσδίδουν ένα παραπάνω κίνητρο να χρησιμοποιήσει τη χρεωστική κάρτα έναντι των μετρητών.

Σχετικά με τα ρέστα που λαμβάνουν οι καταναλωτές από τις συναλλαγές τους, φάνηκε από τη βιβλιογραφία ότι επηρεάζουν τελικά την επιλογή του μέσου πληρωμής. Πιο συγκεκριμένα, σε έρευνα των Chen et al. (2019) που εστίασε στον παράγοντα «ρέστα», αποδείχθηκε ότι οι καταναλωτές ταλαιπωρούνται από τα κέρματα τα οποία λαμβάνουν ως ρέστα, ενώ παράλληλα πολλοί είναι εκείνοι οι οποίοι προσπαθούν να ελαχιστοποιήσουν τα κέρματα που θα λάβουν ως ρέστα. Τα συγκεκριμένα αποτελέσματα όμως δεν παρατηρήθηκαν στην έρευνα αυτή, αφού οι καταναλωτές που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο έδειξαν την διαφωνία τους στις ερωτήσεις που αφορούσαν τον παράγοντα «ρέστα».

Σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή του μέσου πληρωμής είναι και οι χρεώσεις-προμήθειες που περιλαμβάνουν ορισμένα είδη συναλλαγών. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, οι χρεώσεις απωθούν τους καταναλωτές να χρησιμοποιήσουν τη χρεωστική κάρτα και τους στρέφουν στη χρήση μετρητών. Στη συγκεκριμένη έρευνα φάνηκε ότι οι χρεώσεις ενοχλούν τους καταναλωτές παρόλα αυτά εξοικονομούν χρόνο λόγω της υφιστάμενης τεχνολογίας. Αυτό αποδεικνύεται και από τον επόμενο παράγοντα, ο οποίος σχετίζεται με την τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών. Οι καταναλωτές είναι σύμφωνοι ότι λόγω της ραγδαίας αύξησης της τεχνολογίας στο χώρο των πληρωμών εξυπηρετούνται πιο εύκολα και πιο γρήγορα.

Σχετικά με τον παράγοντα «συνήθεια», ένας στους δύο καταναλωτές απάντησε ότι πράγματι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια. Σύμφωνα και με τη βιβλιογραφία (Shy, 2019) παρατηρήθηκε ότι πολλοί είναι οι καταναλωτές οι οποίοι πλήρωναν διάφορες συναλλαγές με το ίδιο μέσο πληρωμής. Συνεπώς, παρατηρείται ότι η συνήθεια έχει σημαντική επίδραση στον καταναλωτή, διότι αν ο καταναλωτής πληρώσει μια συναλλαγή με ένα συγκεκριμένο μέσο, υπάρχει υψηλή πιθανότητα να επιλέξει πάλι το ίδιο μέσο για να πραγματοποιήσει τις μελλοντικές του αγορές.

Όσον αφορά τη θεωρία του πόνου πληρωμής, οι καταναλωτές συνήθως νιώθουν άσχημα να πληρώνουν με μετρητά λόγω την έλλειψης χρημάτων που υφίστανται στο πορτοφόλι τους, με αποτέλεσμα να μην απολαμβάνουν το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσαν κάτι που δεν παρατηρείται με τη χρήση χρεωστικής κάρτας.

Ο τελευταίος παράγοντας που εξετάστηκε είχε ως επίκεντρο τις προσφερόμενες εκπτώσεις. Όπως φάνηκε, οι καταναλωτές επηρεάζονται αρκετά από τις εκπτώσεις που τους κάνουν οι έμποροι με την προϋπόθεση να πληρώσουν με μετρητά. Βάση της ανάλυσης των απαντήσεων, το 78,03% δήλωσε ότι θα πλήρωνε τελικά με μετρητά αν ο έμπορος του έκανε καλύτερη τιμή. Συνεπώς, ο συγκεκριμένος παράγοντας επηρεάζει την επιλογή του μέσου πληρωμής αφού όπως φάνηκε οι περισσότεροι θα επέλεγαν τα μετρητά ώστε να πληρώσουν τις συναλλαγές τους, αν τους προσφερόταν κάποια έκπτωση.

Εν κατακλείδι, υπάρχουν αρκετοί παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή να πληρώσει με μετρητά ή με χρεωστική κάρτα. Αυτό επιβεβαιώνεται τόσο από την βιβλιογραφία όσο και από την παραπάνω έρευνα. Συνεπώς, οι καταναλωτές θα πρέπει να κάνουν ορθολογικές επιλογές ώστε όταν πληρώνουν ένα αγαθό ή μια υπηρεσία να έχουν το μέγιστο προσωπικό όφελος.

Βιβλιογραφία

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

1. Amromin, G., & Chakrorti, S. (2007). Debit card and cash usage – A cross country analysis, *Working Papers* WP-07-04, Federeal Reserve Bank of Chicago.
2. Arango, C., Huynh, K. P., & Sabetti, L. (2015). Consumer payment choice: merchant card acceptance versus pricing incentives. *Journal of Banking Finance*, 55, 130-141.
3. Borzekowski, R., Elizabeth, K. K., & Shaista, A. (2008). Consumers' use of debit cards: patterns, preferences, and price response. *Journal of money, credit and banking*, 40(1), 149-172.
4. Caddy, J., Delaney, L., & Fisher, C. (2020). Consumer Payment Behaviour in Australia: Evidence from the 2019 Consumer Payments Survey (No. rdp2020-06). Reserve Bank of Australia. Ανακτήθηκε από <https://www.rba.gov.au/publications/rdp/2020/2020-06.html>.
5. Caskey, J. P., & Sellon, G. H. (1994). Is the debit card revolution finally here?. *Economic Review-Federal Reserve Bank of Kansas City*, 79, 79-79.
6. Chen, H., Huynh, K. P., & Shy, O. (2019). Cash versus card: Payment discontinuities and the burden of holding coins, *Journal of Banking Finance* 99, 192-201.
7. Ching, A.T., & Hayashi, F. (2010). Payment card reward programs and consumer payment choice. *Journal of Banking Finance*, 34(8), 1773-1787.
8. Chondrogiannis & Papaoikonomou (2017). The effect of card payment system on VAT. *Economic Later*, 157, 17-20.
9. Esselink, H., & Hernández, L. (2017). The use of cash by households in the euro area. *ECB Occasional Paper*, (201).
10. Foster, K., Greene, K., & Stavins, J. (2020). The 2019 survey of consumer payment choice: Summary results, No 20-3, *Research Data Reports*, Federal Reserve Bank of Atlanta.
11. Hernandez, L., Jonker, N., & Kosse, A. (2014). Cash versus debit card: The role of budget control. Cash and Payment Systems Division, *De Nederlandsche Bank*, The Netherlands

12. Hoang, D. P., & Vu, T. H. (2020). Debit card usage as a rational choice: The moderating effect of cash habit. *Journal of Economic Development*, 45(1), 159-183.
13. Hoang, D.P., & Vu, T.H. (2020). A transaction cost explanation of the card-or-cash decision among Vietnamese debit card holders. International Journal of Bank Marketing, 38(7), 1635-1664.
14. Immordino, G., Russo F. F. (2018). Cashless payments and tax evasion. *European Journal of Political Economy*, 55, 36-43.
15. Kamakura, W. A., & Wedel, M. (1997). Statistical data fusion for cross-tabulation. *Journal of Marketing Research*, 34(4), 485-498.
16. Kim, Y. S., & Lee, M. (2010). A model of debit card as a means of payment. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 34(8), 1359-1368.
17. Knezevic, B., Mitrovic, I., & Skrobot, P. (2020). Consumer Attitudes towards Self-checkout System in FCMG Retail in Croatia. *Journal of Service, Innovation and Sustainable Development*, 1(2), 37-50 DOI:10.33168/SISD.2020.0103.
18. Kosse, A., (2010). The safety of cash and debit cards: A study on the perception and behavior of Dutch consumers. *DNB Working Paper*, 245, De Nederlandsche Bank.
19. Krueger, M., & Seitz, F. (2018). Pros and Cons of Cash: The state of debate. *Credit and Capital Markets*, 51(1), 15-40.
20. Lee, J., Abdul-Rahman, F., & Kim, H. (2007). Debit card usage: an examination of its impact on household debt. *Financial Services Review*, 16(1), 73.
21. Lorenz, W. (2009). Moving away from cash. *Card Technology Today*, 21(7), 12-14.
22. McAndrews, J. J. (2020). The case for cash. *Latin American Journal of Central Banking*, 1(1-4), 100004.
23. Porter, T., Swerdlow, R. A., William A. S. (1979). Who uses bank debit cards? *Business Horizons*, 22(1), 75-83.
24. Rogoff, K. (2015). Costs and benefits to phasing out paper currency. *NBER Macroeconomics Annual*, 29(1), 445-456.

25. Runnermark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). Do consumers pay more using debit cards than cash? *Electronic Commerce Research and Application* 14, 285-291.
26. Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. 5th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
27. Schuh, S. D., & Stavins, J. (2011). How consumers pay: Adoption and use of payments. *Working Papers*, No. 12-2, Federal Reserve Bank of Boston, Boston, MA
28. Shy, O. (2019). Consumer use of multiple payment methods. *Working Paper*, No. 2019-19, Federal Reserve Bank of Atlanta, Atlanta, GA.
29. Shy, O. (2020). Low income consumers and payment choice. *Research In Economics*, 4, 292-300.
30. Simon, J., Smith, K., & West, T. (2010). Price incentives and consumer payment behavior. *Journal of Banking Finance*, 34, 1759-1772.
31. Stavins. J., (2018). Consumer preferences for payment methods: Role of discounts and surcharges. *Journal of Banking & Finance*, 94, 35-53.
32. Świecka, B., Terefenko, P., & Paprotny, D. (2021). Transaction factors' influence on the choice of payment by Polish consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102264.
33. Tillaeyev, X.S. (2017). Pros and Cons of used Bank Cards by population, *Journal of Economic & Business*, 11, 205-208.
34. Truong, T., Phan, H., & Tran, M. (2020). A study on customer satisfaction on debit cards: The case of Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 241-251.
35. Wang, Z., & Wolman, A. L. (2016). Payment choice and currency use: Insights from tow billion retail transaction. *Journal of Monetary Economics*, 84, 94-115.
36. Zinman, J. (2009). Debit or credit? *Journal Banking and Finance*, 33, 358-366.

Ελληνική Βιβλιογραφία

37. IOBE, (2018). *Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μετά του κεφαλαιουχικούς περιορισμούς: Μέτρα ενίσχυσης και φορολογικά έσοδα*. ISBN 978-960-7536-83-9

38. IOBE, (2021). Ηλεκτρονικές πληρωμές στην Ελλάδα: Πολιτικές και επιδράσεις στη χρήση καρτών, 2015-2020. *Δελτίο Τύπου*.
39. Καλαμάρας, Δ. Α. (2016). *Στατιστικά μοντέλα προσέγγισης παραγόντων συνδεδεμένων με τη διάρκεια πανεπιστημιακών σπουδών*. Διδακτορική διατριβή. Πάντειο Πανεπιστήμιο
40. Λινάρδης, Α., Παπαγιαννόπουλος, Κ. & Καλησπεράτη, Ε. (2011). Η Διαδικτυακή έρευνα. Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία διεξαγωγής διαδικτυακών ερευνών. *Εθνικό Κέντρο Κοινωνικών Ερευνών, Κείμενα Εργασίας*, 23, 1-27.
41. Τράπεζα της Ελλάδας, (2018). *Εκθεση Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας*. ISSN: 2529-0681
42. Τράπεζα της Ελλάδας, (2019). *Εκθεση Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας*. ISSN: 2529-0681
43. Τράπεζα της Ελλάδας, (2021). *Εκθεση Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας*. ISSN: 2529 – 0681

Παράρτημα Α

Πίνακες διπλής εισόδου

Πίνακας 1: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών και επάγγελμα των καταναλωτών

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Δημόσιος υπάλληλος	Ιδιωτικός υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγ.	Άνεργος	Φοιτητής	Συνταξιο ύχος	Οικιακά	Σύνολο

Σπάνια	0 0,00% 0,00%	6 23,08% 1,97%	6 23,08% 1,97%	0 0,00 % 0,00 %	6 23,08 % 1,97%	7 26,92% 2,30%	1 3,85 % 0,33 %	26 100, 0% 1,97 %
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	4 66,67% 1,31%	0 0,00% 0,00%	1 16,67 % 0,33 %	0 0,00% 0,00%	1 16,67% 0,33%	0 0,00 % 0,00 %	6 100, 0% 7,87 %
Μια φορά την εβδομάδ α	4 16,67% 1,31%	1 4,17% 0,33%	5 20,83% 1,64%	4 16,67 % 1,31 %	1 4,17% 0,33%	6 25,00% 1,97%	3 12,50 % 0,98 %	24 100, 0% 7,87 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδ α	21 18,26% 6,89%	42 36,52% 13,77%	12 10,43% 3,93%	4 3,48 % 1,31 %	10 8,70% 3,28%	13 11,30% 4,26%	13 11,30 % 4,26 %	115 100, 0% 37,7 0%
Καθημε ρινά	32 23,88% 10,49%	65 48,51% 21,31%	8 5,97% 2,62%	12 8,96 % 3,93 %	5 3,73% 1,64%	11 8,21% 3,61%	1 0,75 % 0,33 %	134 100, 0% 43,9 3%
Σύνολο	57 18,69% 18,69%	118 38,69% 38,69%	31 10,16% 10,16%	21 6,89 % 6,89 %	22 7,21% 7,21%	38 12,46% 12,46%	18 5,90 % 5,90 %	305 100, 0% 100, 0%

Συχνότη τα μετρητώ ν	Δημόσι ος υπάλλη λος	Ιδιωτικ ός υπάλλη λος	Ελεύθε ρος Επαγγ. λος	Ανεργ ος	Φοιτη τής	Συνταξιο ύχος	Οικια κά	Σύνο λο
Σπάνια	10 31,25% 3,28%	12 37,50% 3,93%	1 3,13% 0,33%	3 9,38 % 0,98 %	1 3,13% 0,33%	3 9,38% 0,98%	2 6,25 % 0,66 %	32 100, 0% 10,4 9%
Μια φορά τον μήνα	3 30,00% 0,98%	4 40,00% 1,31%	1 10,00% 0,33%	1 10,00 % 0,33 %	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	1 10,00 % 0,33 %	10 100, 0% 3,28 %
Μια φορά	8 18,60%	18	1 2,33%	6	4 9,30%	5 11,63%	1	43

την εβδομάδα	2,62%	41,86% 5,90%	0,33%	13,95 % 1,97 %	1,31%	1,64%	2,33 % 0,33 %	100, 0% 14,1 0%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	21 17,80% 6,89%	52 44,07% 17,05%	11 9,32% 3,61%	6 5,08 % 1,97 %	9 7,63% 2,95%	10 8,47% 3,28%	9 7,63 % 2,95 %	118 100, 0% 38,6 9%
Καθημε ρινά	15 14,71% 4,92%	32 31,37% 10,49%	17 16,67% 5,57%	5 4,90 % 1,64 %	8 7,84% 2,62%	20 19,61% 6,56%	5 4,90 % 1,64 %	102 100, 0% 33,4 4%
Σύνολο	57 18,69% 18,69%	118 38,69% 38,69%	31 10,16% 10,16%	21 6,89 % 6,89 %	22 7,21% 7,21%	38 12,46% 12,46%	18 5,90 % 5,90 %	305 100, 0% 100, 0%

Πίνακας 2: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και εκπαίδευση των καταναλωτών

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Από φοιτ ος Δημ οτικ ού	Από φοιτ ος Γυμ νασί ου	Από φοιτ ος Λυκ είου	Μετα λυκει ακή εκπαί δευση	Κάτοχ ος πτυχίο υ ΑΕΙ/Τ ΕΙ	Κάτ οχος μετα πτυχ ιακο ύ	Κάτ οχος διδα κτορ ικού	Σύν ολο
Σπάνια	0 0,00 % 0,00 %	0 0,00 % 0,00 %	16 61,5 4% 5,25 %	4 15,38 % 1,31%	6 23,08 % 1,97%	0 0,00 % 0,00 %	0 0,00 % 0,00 %	26 100, 0% 8,52 %
Μια φορά τον μήνα	0 0,00 % 0,00 %	0 0,00 % 0,00 %	3 50,0 0% 0,98 %	2 33,33 % 0,66%	1 16,67 % 0,33%	0 0,00 % 0,00 %	0 0,00 % 0,00 %	6 100, 0% 1,97 %
Μια φορά την εβδομάδα	2 8,33 % 0,66 %	1 4,17 % 0,33 %	10 41,6 7% 3,28 %	5 20,83 % 1,64%	6 25,00 % 1,97%	0 0,00 % 0,00 %	0 0,00 % 0,00 %	24 100, 0% 7,87 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	0 0,00 % 0,00 %	3 2,61 % 0,98 %	48 41,7 4% 15,7 4%	21 18,26 % 6,89%	29 25,22 % 9,51%	14 12,1 7% 4,59 %	0 0,00 % 0,00 %	115 100, 0% 37,7 0%
Καθημερινά	1	2	40	22	40	26	3	134

	0,75 %	1,49 %	29,8 5%	16,42 %	29,85 %	19,4 0%	2,24 %	100, 0%
	0,33 %	0,66 %	13,1 1%	7,21%	13,11 %	8,52 %	0,98 %	43,9 3%
Σύνολο	3 0,98 %	6 1,97 %	117 38,3 6%	54 17,70 %	82 26,89 %	40 13,1 1%	3 0,98 %	305 100, 0%
	0,98 %	1,97 %	38,3 6%	17,70 %	26,89 %	13,1 1%	0,98 %	100, 0%

Πίνακας 3: Συχνότητα χρήσης μετρητών και εκπαίδευση των καταναλωτών

Συχνότη τα μετρητ ών	Απόφ οιτος Δημοτ ικού	Απόφ οιτος Γυμνα σίου	Απόφ οιτος Λυκεί ου	Μεταλκ ειακή εκπαίδευ ση	Κάτ οχος πτυχ ίου ΑΕΙ/ ΤΕΙ	Κάτοχος μεταπτυχ ιακού	Κάτοχο ς διδασκ τικού	Σύν ολο
Σπάνια	0 0,00% 0,00%	1 3,13% 0,33%	8 25,00 % 2,62%	4 12,50% 1,31%	9 28,1 3% 2,95 %	10 31,25% 3,28%	0 0,00% 0,00%	32 100, 0% 10,4 9%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	1 10,00 % 0,33%	1 10,00% 0,33%	5 50,0 0% 1,64 %	2 20,00% 0,66%	1 10,00% 0,33%	10 100, 0% 3,28 %
Μια φορά την εβδομά δα	0 0,00% 0,00%	1 2,33% 0,33%	11 25,58 % 3,61%	9 20,93% 2,95%	15 34,8 8% 4,92 %	6 13,95% 1,97%	1 2,33% 0,33%	43 100, 0% 14,1 0%
Δύο με τρεις φορές την εβδομά δα	1 0,85% 0,33%	2 1,69% 0,66%	51 43,22 % 16,72 %	20 16,95% 6,56%	29 24,5 8% 9,51 %	14 11,86% 4,59%	1 0,85% 0,33%	118 100, 0% 38,6 9%
Καθημ ερινά	2 1,96% 0,66%	2 1,96% 0,66%	46 45,10 % 15,08 %	20 19,61% 6,56%	24 23,5 3% 7,87 %	8 7,84% 2,62%	0 0,00% 0,00%	102 100, 0% 33,4 4%
Σύνολο	3 0,98% 0,98%	6 1,97% 1,97%	117 38,36 % 38,36 %	54 17,70% 17,70%	82 26,8 9% 26,8 9	40 13,11% 13,11%	3 0,98% 0,98%	305 100, 0% 100, 0%

Πίνακας 4: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και επίπεδο εισοδήματος των καταναλωτών

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Δεν έχω εισόδημα	1-5.000 ευρώ	5001-10.000 ευρώ	10.001-15.000 ευρώ	15.001-20.000 ευρώ	20.001-25.000 ευρώ	25.001-30.000 ευρώ	30.001+ ευρώ	Σύνολο
Σπάνια	11 42,31% 3,61%	7 26,92% 2,30%	5 19,23% 1,64%	2 7,69% 0,66%	1 3,85% 0,33%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	26 100,0% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	2 33,33% 0,66%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	6 100,0% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	4 16,67% 1,31%	5 20,83% 1,64%	6 25,00% 1,97%	5 20,83% 1,64%	3 12,50% 0,98%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	1 4,17% 0,33%	24 100,0% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	22 19,13% 7,21%	17 14,78% 5,57%	20 17,39% 6,56%	27 23,48% 8,85%	16 13,91% 5,25%	8 6,96% 2,62%	3 2,61% 0,98%	2 1,74% 0,66%	115 100,0% 37,70%
Καθημερινά	6 4,48% 1,97%	23 17,16% 7,54%	21 15,67% 6,89%	39 29,10% 12,79%	19 14,18% 6,23%	14 10,45% 4,59%	7 5,22% 2,30%	5 3,73% 1,64%	134 100,0% 43,93%
Σύνολο	43 14,10% 14,10% 10%	54 17,70% 17,70% 0%	53 17,38% 17,38% %	74 24,26% 24,26% %	41 13,44% 13,44% %	22 7,21% 7,21% %	10 3,28% 3,28% %	8 2,62% 2,62% %	305 100,0% 100,0% 0%

Πίνακας 5: Συχνότητα χρήσης μετρητών και επίπεδο εισοδήματος των καταναλωτών

Συχνότητα μετρητών	Δεν έχω εισόδημα	1- 5.000 ευρώ	5001 - 10.0 00 ευρώ	10.0 01- 15.0 00 ευρώ	15.00 1- 20.00 0 ευρώ	20.0 01- 25.0 00 ευρώ	25.00 1- 30.00 0 ευρώ	30.00 1+ ευρώ	Σύνολο
Σπάνια	4 12,50 % 1,31%	5 15,63 %% 1,64 %	2 6,25 % 0,66 %	11 34,3 8%3 ,61 %	3 9,38% 0,98%	2 6,25 % 0,66 %	4 12,50 % 1,31%	1 3,13% 0,33%	32 100,0% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	1 10,00 % 0,33%	0 0,00 % 0,00 %	1 10,0 0% 0,33 %	6 60,0 0% 1,97 %	1 10,00 % 0,33%	1 10,0 0% 0,33 %	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	10 100,0% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	5 11,63 % 1,64%	9 20,93 % 2,95 %	8 18,6 % 2,62 %	8 18,6 % 2,62 %	6 13,95 %1,97 %	2 4,65 % 0,66 %	2 4,65% 0,66%	3 6,98% 0,98%	43 100,0% 14,10%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	16 13,56 % 5,25%	16 13,56 % 5,25 %	24 20,3 4% 7,87 %	24 20,3 4% 7,87 %	20 16,95 % 6,56%	12 10,1 7% 3,93 %	3 2,54% 0,98%	3 2,54% 0,98%	118 100,0% 38,69%
Καθημερινά	17 16,67 5,57%	24 23,53 % 7,87 %	18 17,6 5% 5,90 %	25 24,5 1% 8,2 %	11 10,78 % 3,61%	5 4,90 % 1,64 %	1 0,98% 0,33%	1 0,98% 0,33%	102 100,0% 3,44%
Σύνολο	43 14,10 % 14,10 %	54 17,7 % 17,7 %	53 17,3 8% 17,3 8%	74 24,2 6% 24,2 6%	41 13,44 % 13,44 %	22 7,21 % 7,21 %	10 3,28% 3,28%	8 2,62% 2,62%	305 100,0% 100,0%

Πίνακας 6: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και οικογενειακή κατάσταση

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Έγγαμος/ η	Άγαμος/ η	Σε διάσταση η	Σε συμβίωση	Χήρος/ α	Σύνολο
Σπάνια	8 30,77% 2,62%	16 61,54% 5,25%	0 0,00% 0,00%	2 7,69% 0,66%	0 0,00% 0,00%	26 100,00 % 8,52%

Μια φορά τον μήνα	3 50,00% 0,98%	2 33,33% 0,66%	1 16,67% 0,33%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	6 100,0 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	10 41,67% 3,28%	8 33,33% 2,62%	2 8,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	4 16,67% 1,31%	24 100,0 % 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	71 61,74% 23,28%	30 26,09% 9,84%	10 8,70% 3,28%	3 2,61%, 0,98%	1 0,87%, 0,33%	115 100,0 % 37,70 %
Καθημεριν ά	79 58,96% 5,90%	34 25,37% 11,15%	13 9,70% 4,26%	6 4,48% 1,97%	2 1,49% 0,66%	134 100,0 % 43,93 %
Σύνολο	171 56,07% 56,07%	90 29,51% 29,51%	26 8,52% 8,52%	11 3,61% 3,61%	7 2,30% 2,30%	305 100,0 %100, 0%

Πίνακας 7: Συχνότητα χρήσης μετρητών και οικογενειακή κατάσταση

Συχνότητα μετρητών	Έγγαμος/ η	Άγαμος/ η	Σε διάστας η	Σε συμβίωσ η	Χήρος/ α	Σύνολ ο
Σπάνια	18 56,25% 5,90%	7 21,88% 2,30%	3 9,38% 0,98%	3 9,38% 0,98%	1 3,13% 0,33%	32 100,0 % 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	7 70,00% 2,30%	2 20,00% 0,66%	1 10,00% 0,33%	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	10 100,0 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	27 62,79% 8,85%	9 20,93% 2,95%	3 6,98% 0,98%	3 6,98% 0,98%	1 2,33% 0,33%	43 100,0 % 14,10 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	69 58,47% 22,62%	34 28,81% %11,1 5	10 8,47% 3,28%	3 2,54% 0,98%	2 1,69% 0,66%	118 100,0 % 38,69 %
Καθημεριν ά	50 49,02% 16,39%	38 37,25% 12,46%	9 8,82% 2,95%	2 1,96% 0,66%	3 2,94% 0,98%	102 100,0 %

						33,44 %
Σύνολο	171 56,07% 56,07%	90 29,51% 29,51%	26 8,52% 8,52%	11 3,61% 3,61%	7 2,30% 2,30%	305 100,0 % 100, 0%

Πίνακας 8: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και τόπος διαμονής

Συχνότητα χρεωστική ς κάρτας	Κάτοικοι Δήμου Αχαρνών	Κάτοικο ι υπόλοιπ ο Αττικής	Επαρχία	Σύνολο
Σπάνια	11 42,31% 3,61%	9 34,62% 2,95%	6 23,08% 1,97%	26 100,0% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	3 50,00% 0,98%	1 16,67% 0,33%	6 100,0% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	13 54,17% 4,26%	3 12,50% 0,98%	8 33,33% 2,62%	24 100,0% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	68 59,13% 22,30%	35 30,43% 11,48%	12 10,43% 3,93%	115 100,0% 37,70%
Καθημεριν ά	69 51,49% 22,61%	60 44,78% 19,67%	5 3,73% 1,64%	134 100,0% 43,93%
Σύνολο	163 53,44% 53,44%	110 36,07% 36,07%	32 10,49% 10,49%	305 100,0% 100,0%

Πίνακας 9: Συχνότητα χρήσης μετρητών και τόπος διαμονής καταναλωτών

Συχνότητα μετρητών κάρτας	Κάτοικοι Δήμου Αχαρνών	Κάτοικο ι υπόλοιπ ο Αττικής	Επαρχία	Σύνολο
Σπάνια	20 62,50% 6,56%	12 37,50% 3,93%	0 0,00% 0,00%	32 100,0% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	5 50,00% 1,64%	4 40,00% 1,31%	1 10,00% 0,33%	10 100,0% 3,28%

Μια φορά την εβδομάδα	21 48,84% 6,89%	17 39,53% 5,57%	5 11,63% 1,64%	43 100,0% 14,10%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	57 48,31% 18,69%%	49 41,53% 16,07%	12 10,17% 3,93%	118 100,0% 38,69%
Καθημερινά	60 58,82% 19,67%	28 27,45% 9,18%	14 13,73% 4,59%	102 100,0% 33,44%
Σύνολο	163 53,44% 53,44%	110 36,07% 36,07%	32 10,49% 10,49%	305 100,0% 100,0%

Πίνακας 10: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και ηλικία του καταναλωτή

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66+	Σύνολο
Σπάνια	13 50,00% 4,26%	7 26,92% 2,30%	3 11,54% 0,98%	2 7,69% 0,66%	1 3,85% 0,33%	0 0,00% 0,00%	26 100,0% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	1 16,67% 0,33%	6 100,0% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	7 29,17% 2,30%	2 8,33% 0,66%	5 20,83% 1,64%	5 20,83% 1,64%	5 20,83% 1,64%	0 0,00% 0,00%	24 100,0% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	17 14,78% 5,57%	17 14,78% 5,57%	32 27,83% 10,49%	38 33,04% 12,46%	10 8,70% 3,28%	1 0,87% 0,33%	115 100,0% 37,70%
Καθημερινά	16 11,94% 5,25%	27 20,15% 8,85%	42 31,34% 13,77%	32 23,88% 10,49%	13 9,70% 4,26%	4 2,99% 1,31%	134 100,0% 43,93%
Σύνολο	54 17,70% 17,70%	54 17,70% 17,70%	83 27,21% 27,21%	79 25,90% 25,90%	29 9,51% 9,51%	6 1,97% 1,97%	305 100,0% 100,0%

Πίνακας 11: Συχνότητα χρήσης μετρητών και ηλικία του καταναλωτή

Συχνότητα μετρητών	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66+	Σύνολο
Σπάνια	3 9,38% 0,98%	6 18,75% 1,97%	10 31,25% 3,28%	10 31,25% 3,28%	2 6,25% 0,66%	1 3,13% 0,33%	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	3 30,00% 0,98%	5 50,00% 1,64%	1 10,00% 0,33%	1 10,0% 0,33%	0 0,00% 0,00%	10 100,00% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	6 13,95% 1,97%	6 13,95% 1,97%	12 27,91% 3,93%	11 27,58% 3,61%	6 13,95% 1,97%	2 4,65% 0,66%	43 100,00% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	15 12,71% 4,92%	21 17,8% 6,89%	37 31,36% 12,13%	32 27,12% 10,49%	11 9,32% 3,61%	2 1,69% 0,66%	118 100,00% 38,69%
Καθημερινά	30 29,41% 9,84%	18 17,65% 5,9%	19 18,63% 6,23%	25 24,51% 8,2%	9 8% 2,95%	1 0,98% 0,33%	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	54 17,7% 17,7%	54 17,7% 17,7%	83 27,21% 27,21%	79 25,9% 25,9%	29 9,51% 9,51%	6 1,97% 1,97%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 12: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη μέχρι 2 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	25 96,15% 8,2%	1 3,85% 0,33%	26 100,0% 8,52%	Σπάνια	13 40,63% 4,26%	19 59,38% 6,23%	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	5 83,33% 1,64%	1 16,67% 0,33%	6 100,0% 1,97%	Μια φορά τον μήνα	3 30,00% 0,98%	7 70,00% 2,3	10 100,00% 3,28%

Μια φορά την εβδομάδα	24 100,00% 7,87%	0 0,00% 0,00%	24 100,0 0% 7,87%	Μια φορά την εβδομάδα	7 16,28% 2,3%	36 83,72% 11,8%	43 100,00% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	110 95,65% 36,07%	5 4,35% 1,64%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	10 8,47% 3,28%	108 91,53% 35,41%	118 100,00% 38,69%
Καθημερινά	105 78,36% 34,43%	29 21,64% 9,51%	134 100,0 0% 43,93%	Καθημερινά	3 2,94% 0,98%	99 97,06% 32,46%	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	269 88,2% 89,2%	36 11,8% 11,8%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	36 11,8% 11,8%	269 88,2% 88,2%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 13: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη από 2,01 έως 10 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	25 96,15% 8,2%	1 3,85% 0,33%	26 100,0 0% 8,52%	Σπάνια	25 78,13% 8,2%	7 21,88% 2,3% %	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	5 83,33% 1,64%	1 16,67% 0,33%	6 100,0 0% 1,97	Μια φορά τον μήνα	5 50,00% 1,64%	5 50,00% 1,64% %	10 100,00% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	23 95,83% 7,54%	1 4,17% 0,33%	24 100,0 0% 7,87%	Μια φορά την εβδομάδα	21 48,84% 6,89%	22 51,16% 7,21% %	43 100,00% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	94 81,74% 30,82%	21 18,26% 6,89%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	31 26,27% 10,16% %	87 73,73% 28,52% %	118 100,00% 38,69%
Καθημερινά	66 49,25% 21,64%	68 50,76% 22,3%	134 100,0 0% 43,93%	Καθημερινά	10 9,8% 3,28%	92 90,2% 30,16% %	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	213	92	305	Σύνολο	92	213	305

	69,84%	30,16%	100,0		30,16%	69,84	100,00%
	69,84%	30,16%	0%		30,16%	%	100,00%
			100,0			69,84	
			0%			%	

Πίνακας 14: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη από 10,01 έως 15 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	24 92,31% 7,87%	2 7,69% 0,66%	26 100,0 0% 8,52%	Σπάνια	28 87,5% 9,18%	4 12,5% 1,31%	32 100,0 0% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	4 66,67% 1,31%	2 33,33% 0,66%	6 100,0 0% 1,97%	Μια φορά τον μήνα	8 80,00% 2,62%	2 20,00% 0,66%	10 100,0 0% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	18 75,00% 5,9%	6 25,00% 1,97%	24 100,0 0% 7,87%	Μια φορά την εβδομάδα	34 79,07% 11,15%	9 20,93 2,95	43 100,0 0% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	56 48,7% 18,36%	59 51,3% 19,34%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	76 64,41% 24,92%	42 35,59% 13,77%	118 100,0 0% 38,69%
Καθημερινά	27 20,15% 8,85%	107 79,85% 35,08%	134 100,0 0% 43,93%	Καθημερινά	30 29,41% 9,84%	72 70,59% 23,61%	102 100,0 % 33,44%
Σύνολο	129 42,3% 42,3%	176 57,7% 57,7%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	176 57,7% 57,7%	129 42,3% 42,3%	305 100,0 % 100,0 %

Πίνακας 15: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη από 15,01 έως 25 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	23 88,46% 7,54%	3 11,54% 0,98%	26 100,0 0% 8,52%	Σπάνια	30 93,75% 9,84%	2 6,25% 0,66%	32 100,0 0% 10,49%

							%
Μια φορά τον μήνα	5 83,33% 1,64%	1 16,67% 0,33%	6 100,0 0% 1,97	Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,0 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	11 45,83% 3,63%	13 54,17% 4,26%	24 100,0 0% 7,87%	Μια φορά την εβδομάδα	39 90,7% 12,79%	4 9,3% 1,31%	43 100,0 % 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	28 24,35% 9,18%	87 75,65% 28,52%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	96 81,36% 31,48%	22 18,64% 7,21%	118 100,0 % 38,69 %
Καθημερινά	14 10,45% 4,59%	120 89,55% 39,34%	134 100,0 0% 43,93 %	Καθημερινά	49 48,04% 16,07%	53 51,96% 17,38%	102 100,0 % 33,44 %
Σύνολο	81 26,56% 26,56%	224 73,44% 73,44%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	224 73,44% 73,44%	81 26,56% 26,56%	305 100,0 % 100,0 %

Πίνακας 16: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη από 25,01 έως 50 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	16 61,54% 5,25%	10 38,46% 3,28%	26 100,0 0% 8,52%	Σπάνια	31 96,88% 10,16%	1 3,13% 0,33%	32 100,0 0% 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	6 100,00 % 1,97%	0 0,00% 0,00%	6 100,0 0% 1,97%	Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,0 0 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	8 33,33% 2,62%	16 66,67% 5,25%	24 100,0 0% 7,87%	Μια φορά την εβδομάδα	41 95,35% 13,44%	2 4,65% 0,66%	43 100,0 0% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	16 13,91% 5,25%	99 86,09% 32,46%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	106 89,83% 34,75%	12 10,17% 3,93%	118 100,0 0% 38,69 %

Καθημερινά	5 3,73% 1,64% %	129 96,27% 42,3%	134 100,0 0% 43,93 %	Καθημερινά	66 64,71% 21,64%	36 35,29% 11,8%	102 100, 0% 33,44 %
Σύνολο	51 16,72% 16,72%	254 83,28% 83,28%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	254 83,28% 83,28%	51 16,72% 16,72%	305 100,0 % 100, 0%

Πίνακας 17: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και μετρητών για κόστη μεγαλύτερα από 50 ευρώ

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Μετρητά	Χρεωστική Κάρτα	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	7 26,92% 2,3%	19 73,08% 6,23%	26 100,0 0% 8,52	Σπάνια	30 93,75% 9,84%	2 6,25% 0,66%	32 100, 0% 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	3 50,00% 0,98%	3 50,00% 0,98%	6 100,0 0% 1,97%	Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,0 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	5 20,83% 1,64%	19 79,17% 6,23%	24 100,0 0% 7,87	Μια φορά την εβδομάδα	40 93,02% 13,11%	3 6,98% 0,98%	43 100, 0% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	11 9,57% 3,61%	104 90,43% 34,1%	115 100,0 0% 37,7%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	112 94,92% 36,72% %	6 5,08% 1,97%	118 100, 0% 38,69%
Καθημερινά	6 4,48% 1,97%	128 95,52% 41,97%	134 100,0 0% 43,93	Καθημερινά	81 79,41% 26,46%	21 20,59% 6,89%	102 100,0 % 33,44%
Σύνολο	32 10,49% 10,49%	273 89,51% 89,51%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	273 89,51% 89,51%	32 10,49% 10,49%	305 100, 0% 100,0 %

Πίνακας 18: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και προγράμματα ανταμοιβής

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
-----------------------------	-----------------	---------	---------------------------	---------	-----------------	--------

			συμφων ώ			
Σπάνια	7 26,92% 2,30%	7 26,92% 2,30%	6 23,08% 1,97%	4 15,38% 1,31%	2 7,69% 0,66%	26 100,00 % 8,52%
Μια φορά τον μήνα	1 16,67% 0,33%	2 33,33% 0,66	1 16,67% 0,33%	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	3 12,50% 0,98%	9 37,50% 2,95%	8 33,33% 2,62%	4 16,67% 1,31%	0 0,00% 0,00%	24 100,00 % 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	15 13,04% 4,92%	22 19,13% 7,21%	23 20,00% 7,54%	41 35,65% 13,44%	14 12,17% 4,69%	115 100,00 % 37,70 %
Καθημεριν ά	11 8,21% 3,61%	21 15,67% 6,89%	35 26,12% 11,48%	43 32,09% 14,10%	24 17,91% 7,87%	134 100,00 % 43,93 %
Σύνολο	37 12,13% 12,13%	61 20,00% 20,00%	73 23,93% 23,93%	94 30,82% 30,82%	40 13,11% 13,11%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 19: Συχνότητα χρήσης μετρητών και ελαχιστοποίηση κερμάτων

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφων ώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφων ώ	Συμφων ώ	Συμφων ώ απόλυτα	Σύνολ ο
Σπάνια	8 25,81% 2,63%	8 25,81% 2,63%	7 22,58% 2,30%	4 12,90% 1,32%	4 12,90% 1,32%	31 100,00 % 10,20 %
Μια φορά τον μήνα	2 20,00% 0,66%	2 20,00% 0,66%	4 40,00% 1,32%	1 10,00% 0,33%	1 10,00% 0,33%	10 100,00 % 3,29%
Μια φορά την εβδομάδα	5 11,63% 1,64%	10 23,26% 3,29%	12 27,91% 3,95%	14 32,56% 4,61%	2 4,65% 0,66%	43 100,00 % 14,14 %

Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	26 22,03% 8,55%	24 20,34% 7,89%	23 19,49% 7,57%	30 25,42% 9,87%	15 12,71% 4,93%	118 100,00 % 38,82 %
Καθημεριν ά	23 22,55% 7,57%	27 26,47% 8,88%	22 21,57% 7,24%	16 15,69% 5,26%	14 13,73% 4,61%	102 100,00 % 33,55 %
Σύνολο	64 21,05% 21,05%	71 23,36% 23,36%	68 22,37% 22,37%	65 21,38% 21,38%	36 11,84% 11,84%	304 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 20: Συχνότητα χρήσης μετρητών και ενόχληση να λαμβάνει ρέστα σε κέρματα ο καταναλωτής

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφων ώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφων ώ	Συμφων ώ	Συμφων ώ απόλυτα	Σύνολ ο
Σπάνια	7 22,58% 2,30%	7 22,58% 2,30%	7 22,58% 2,30%	4 12,90% 1,32%	6 19,35% 1,97%%	31 100,00 % 10,20 %
Μια φορά τον μήνα	2 20,00% 0,66%	3 30,00% 0,99%	1 10,00% 0,33%	1 10,00% 0,33%	3 30,00% 0,99%	10 100,0 % 3,29%
Μια φορά την εβδομάδα	7 16,28% 2,30%	15 34,88% 4,93%	12 27,91% 3,95%	5 11,63% 1,64%%	4 9,30% 1,32%	43 100,00 % 14,14 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	20 16,95% 6,58%	27 22,88 8,88%	24 20,34% 7,89%	32 27,12% 10,53%	15 12,71% 4,93%	118 100,00 % 38,82 %
Καθημεριν ά	20 19,61% 6,58%	26 25,49% 8,55%	19 18,63% 6,25%	23 22,55% 7,57%	14 13,73% 4,61%	102 100,00 % 33,55 %
Σύνολο	56 18,42%	78 25,66%	63 20,72%	65 21,38%	42 13,82%	304

	18,42%	25,66%	20,72%	21,38%	13,82%	100,00 % 100,00 %
--	--------	--------	--------	--------	--------	----------------------------

Πίνακας 21: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και απόφαση του καταναλωτή να πληρώσει με κάρτα από το να λάβει κέρματα ως ρέστα

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	6 23,08% 1,97%	7 26,92% 2,30%	9 34,62% 2,96%	2 7,69% 0,66%	2 7,69% 0,66%	26 100,00 % 8,55% %
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	2 33,33% % 0,66%	1 16,67% 0,33%	0 0,00% 0,00%	1 16,67% 0,33%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	7 29,17% 2,30%	5 20,83% 1,64%	9 37,50% 2,96%	2 8,33% 0,66%	1 4,17% 0,33%	24 100,00 % 7,89%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	27 23,48% 8,88%	29 25,22% 9,54%	19 16,52% 6,25%	26 22,61% 8,55%	14 12,17% 4,61%	115 100,00 % 37,83 %
Καθημερινά	21 15,79% 6,91%	27 20,30% 8,88%	26 19,55% 8,55%	38 28,57% 12,50%	21 15,79% 6,91%	133 100,00 % 43,75 %
Σύνολο	63 20,72% 20,72%	70 23,03% 23,03%	64 21,05% 21,05%	68 22,37% 22,37%	39 12,83% 12,83%	304 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 22: Συχνότητα χρήσης μετρητών και απόφαση του καταναλωτή να πληρώσει με κάρτα από το να λάβει κέρματα ως ρέστα

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	5 16,13%	4 12,90%	11 35,48%	3 9,68%	8 25,81%	31

	1,64%	1,32%	3,62%	0,99%	2,63%	100,00 % 10,20 %
Μια φορά τον μήνα	1 10,00% 0,33%	3 30,00% 0,99%	2 20,00% 0,66%	3 30,00% 0,99%	1 10,00% 0,33%	10 100,00 % 3,29%
Μια φορά την εβδομάδα	8 18,60% 2,63%	10 23,26% 3,29%	11 25,58% 3,62%	9 20,93% 2,96%	5 11,63% 1,64%	43 100,00 % 14,14 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	22 18,64% 7,24%	29 24,58% 9,54%	17 14,41% 5,59%	35 29,66% 11,51%	15 12,71% 4,93%	118 100,00 % 38,82 %
Καθημεριν ά	27 26,47% 8,88%	24 23,53% 7,89%	23 22,55% 7,57%	18 17,65% 5,92%	10,00 9,80% 3,29%	102 100,00 % 33,55 %
Σύνολο	63 20,72% 20,72%	70 23,03% 23,03%	64 21,05% 21,05%	68 22,37% 22,37%	39 12,83% 12,83%	304 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 23: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και προμήθειες-χρεώσεις συναλλαγών

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφων ώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφων ώ	Συμφων ώ	Συμφων ώ απόλυτα	Σύνολ ο
Σπάνια	2 7,69% 0,66%	10 38,46% 3,28%	7 26,92% 2,30%	3 11,54% 0,98%	4 15,38% 1,31%	26 100,00 % 8,52%
Μια φορά τον μήνα	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	3 50,00% 0,98%	0 0,00% 0,00%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	4 16,67% 1,31%	8 33,33% 2,62%	4 16,67% 1,31%	5 20,83% 1,64%	3 12,50% 0,98%	24 100,00 % 7,87%

Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	15 13,04% 4,92%	32 27,83% 10,49%	31 26,96% 10,16%	26 22,61% 8,52%	11 9,57% 3,61%	115 100,00 % 37,70 %
Καθημερινά	24 17,91% 7,87%	45 33,58% 14,75%	23 17,16% 7,54%	21 15,67% 6,89%	21 15,67% 6,89%	134 100,00 % 43,93 %
Σύνολο	46 15,08% 15,08%	96 31,48% 31,48%	66 21,64% 21,64%	58 19,02% 19,02%	39 12,79% 12,79%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 24: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και συνήθεια

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	3 11,54% 0,98%	4 15,38% 1,31%	10 38,46% 3,28%	6 23,08% 1,97%	3 11,54% 0,98%	26 100,00 % 8,52%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	2 33,33% 0,66%	2 33,33% 0,66%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	2 8,33% 0,66%	3 12,50% 0,98%	10 41,67% 3,28%	7 29,17% 2,30%	2 8,33% 0,66%	24 100,00 % 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	7 6,09% 2,30%	15 13,04% 4,92%	33 28,70% 10,82%	48 41,74% 15,74%	12 10,43% 3,93%	115 100,00 % 37,70 %
Καθημερινά	8 5,97% 2,62%	26 19,40% 8,52%	31 23,13% 10,16%	47 35,07% 15,41%	22 16,42% 7,21%	134 100,00 % 43,93 %
Σύνολο	20 6,56% 6,56%	50 16,39% 16,39%	84 27,54% 27,54%	110 36,07% 36,07%	41 13,44% 13,44%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 25: Συχνότητα χρήσης μετρητών και συνήθεια

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	2 6,25% 0,66%	10 31,25% 3,28%	6 18,75% 1,97%	7 21,88% 2,30%	7 21,88% 2,30%	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	1 10,00% 0,33%	1 10,00% 0,33%	6 60,00% 1,97%	1 10,00% 0,33%	1 10,00% 0,33%	10 100,00% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	3 6,98% 0,98%	7 16,28% 2,30%	13 30,23% 4,26%	12 27,91% 3,93%	8 18,60% 2,62%	43 100,00% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	8 6,78% 2,62%	19 16,10% 6,23%	27 22,88% 8,85%	49 41,53% 15,07%	15 12,71% 4,92%	118 100,00% 38,69%
Καθημερινά	6 5,88% 1,97%	13 12,75% 4,26%	32 31,37% 10,49%	41 40,20% 13,44%	10 9,80% 3,28%	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	20 6,56% 6,56%	50 16,39% 16,39%	84 27,54% 27,54%	110 36,07% 36,07%	41 13,44% 13,44%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 26: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και τεχνολογία στο χώρο των πληρωμών

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	4 15,38% 1,31%	4 15,38% 1,31%	10 38,46% 3,28%	6 23,08% 1,97%	2 7,69% 8,52%	26 100,00% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	0 0,00% 0,00%	2 33,33% 0,66%	2 33,33% 0,66%	6 100,00% 1,97%

Μια φορά την εβδομάδα	3 12,5% 0,98%	6 16,67% 1,31%	7 29,17% 2,3%	8 33,33% 2,62%	2 0,33% 0,66%	24 100,00% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	9 7,83% 2,95%	6 5,22% 1,97%	25 21,74% 8,2%	53 46,09% 17,38%	22 19,13% 7,21%	115 100,00% 37,7%
Καθημερινά	10 7,46% 3,28%	2 1,49% 0,66%	18 13,43% 5,9%	62 46,27% 20,33%	42 31,34% 13,77%	134 100,00% 43,93%
Σύνολο	27 8,85% 8,85%	17 5,57% 5,57%	60 19,67% 19,67%	131 42,95% 42,95%	70 22,95% 22,95%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 27: Συχνότητα χρήσης μετρητών και προσφερόμενες εκπτώσεις

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	2 6,25% 0,66%	3 9,38% 0,98%	6 18,75% 1,97%	10 31,25% 3,28%	11 34,38% 3,61%	32 100,00% 110,49%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	0 0,00% 0,00%	1 10,00% 0,33%	7 70,00% 2,30%	2 20,00% 0,66%	10 100,00% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	3 6,98% 0,98%	4 9,30% 1,31%	9 20,93% 2,95%	12 27,91% 3,93%	15 34,88% 4,92%	43 100,00% 14,10%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	9 7,63% 2,95%	8 6,78% 2,62%	9 7,63% 2,95%	48 40,68% 15,74%	44 37,29% 14,43%	118 100,00% 38,69%
Καθημερινά	5 4,90% 1,64%	2 1,96% 0,66%	6 5,88% 1,97%	48 47,06% 15,74%	41 40,20% 13,44%	102 100,00% 33,44%

Σύνολο	19 6,23% 6,23%	17 5,57% 5,57%	31 10,16% 10,16%	125 40,98% 40,98%	113 37,05% 37,05%	305 100,00% 100,00%
--------	----------------------	----------------------	------------------------	-------------------------	-------------------------	---------------------------

Πίνακας 28: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και θεωρία πόνου πληρωμής

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	4 15,38% 1,31%	5 19,23% 1,64%	11 42,31% 3,61%	4 15,38% 1,31%	2 7,69% 0,66%	26 100,0% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	1 16,67 0,33	0 0,00 0,00	1 16,67 0,33	1 16,67 0,33	3 50,00 0,98	6 100,00 1,97
Μια φορά την εβδομάδα	7 29,17% 2,30%	2 8,33% 0,66%	7 29,17% 2,30%	5 20,83% 1,64%	3 12,50% 0,98%	24 100,00% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	18 15,65% 5,90%	23 20,00% 7,54%	35 30,43% 11,48%	29 25,22% 9,51%	10 8,70% 3,28%	115 100,00% 37,70%
Καθημερινά	23 17,16% 7,54%	23 17,16% 7,54%	37 27,61% 12,13%	29 21,64% 9,51%	22 16,42% 7,21%	134 100,00% 43,93%
Σύνολο	53 17,38% 17,38%	53 17,38% 17,38%	91 29,84% 29,84%	68 22,30% 22,30%	40 13,11% 13,11%	305 100,00% 100%

Πίνακας 29: Συχνότητα χρήσης μετρητών και θεωρία πόνου πληρωμής

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	11 34,38% 3,61%	4 12,50% 1,31%	9 28,13% 2,95%	4 12,50% 1,31%	4 12,50% 1,31%	32 100,00% 10,49%

Μια φορά τον μήνα	3 30,00% 0,98%	2 20,00% 0,66%	3 30,00% 0,98%	2 20,00% 0,66%	0 0,00% 0,00%	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	2 4,65% 0,66%	10 23,26% 3,28%	19 44,19% 6,23%	6 13,95% 1,97%	6 13,95% 1,97%	43 100,00 % 14,10 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	16 13,56% 5,25%	22 18,64% 7,21%	31 26,27% 10,16%	31 26,27% 10,16%	18 15,25% 5,90%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	21 20,59% 6,89%	15 14,71% 4,92%	29 28,43% 9,51%	25 24,51% 8,20%	12 11,76% 3,93%	102 100,00 % 33,44 %
Σύνολο	53 17,38% 17,38%	53 17,38% 17,38%	91 29,84% 29,84%	68 22,30% 22,30%	40 13,11% 13,11%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 30: Συχνότητα χρήσης μετρητών και συναλλαγές σε λαϊκές αγορές

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Σπάνια	3 9,38% 0,98%	29 90,63% 9,51%	32 100,00 % 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	10 100,00% 3,28	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	1 2,33% 0,33%	42 97,67% 13,77%	43 100,00 % 14,10 %
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	4 3,39% 1,31%	114 96,61% 37,38%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	0 0,00%	102 100,00%	102

	0,00%	33,44%	100,00 % 33,44 %
Σύνολο	8 2,62% 2,62%	297 97,38% 97,38%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 31: Συχνότητα χρήσης μετρητών και χρεωστικής κάρτας και συναλλαγές σε καφέ-μπαρ

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική κάρτα	Μετρητή	Σύνολο	Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Χρεωστική κάρτα	Μετρητή	Σύνολο
Σπάνια	19 59,38% 6,23%	13 40,63% 4,26%	32 100,0 0% 10,49 %	Σπάνια	3 11,54% 0,98%	23 88,46% 7,54%	26 100, 0% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	7 70,00% 2,30%	3 30,00% 0,98%	10 100,0 0% 3,28%	Μια φορά τον μήνα	1 16,67% 0,33%	5 83,33% 1,64%	6 100, 0% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	24 55,81% 7,87%	19 44,19% 6,23%	43 100,0 0% 14,10 %	Μια φορά την εβδομάδα	3 12,50% 0,98%	21 87,50% 6,89%	24 100, 0% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	51 43,22% 16,72%	67 56,78% 21,97%	118 100,0 0% 14,10 %	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	31 26,96% 10,16%	84 73,04% 27,54%	115 100, 0% 37,7%
Καθημερινά	13 12,75% 4,26%	89 87,25% 29,18%	102 100,0 0% 33,44 %	Καθημερινά	76 56,72% 24,92	58 43,28% 19,02%	134 100, 0% 43,93 %
Σύνολο	114 37,38% 37,38%	191 62,62% 62,62%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	114 37,38% 37,38%	191 62,62% 62,62%	305 100,0 % 100, 0%

Πίνακας 32: Χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών και συναλλαγές σε εστιατόρια

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητή	Σύνολο	Συχνότητα μετρητών	Χρεωστική κάρτα	Μετρητή	Σύνολο
-----------------------------	-----------------	---------	--------	--------------------	-----------------	---------	--------

Σπάνια	7 26,92% 2,30%	19 73,08% 6,23%	26 100,0 0% 8,52 %	Σπάνια	27 84,38% 8,85%	5 15,63 % 1,64%	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	4 66,67% 1,31%	6 100,0 0% 1,97 %	Μια φορά τον μήνα	9 90,00% 2,95%	1 10,00 % 0,33%	10 100,00 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	9 37,50% 2,95%	15 62,50% 4,92%	24 100,0 0% 7,87 %	Μια φορά την εβδομάδα	33 76,74% 10,82%	10 23,26 % 3,28%	43 100,00% 14,10%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	63 54,78% 20,66%	52 45,22% 17,05%	115 100,0 0% 37,70 %	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	85 72,03% 27,87%	33 27,97 % 10,82 %	118 100,00% 38,69%
Καθημεριν ά	108 80,60% 35,41%	26 19,40% 8,52%	134 100,0 0% 43,93 %	Καθημεριν ά	35 34,31% 11,48%	67 66,69 % 21,97 %	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	199 61,97% 61,97%	116 100,00 % 100,00 %	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	189 61,97% 61,97%	116 38,03 % 38,03 %	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 33: Χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητά και συναλλαγές σε Super-Markets

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητ ά	Σύνολ ο	Συχνότητα χρεωστική ς κάρτας	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρη τά	Σύνολο
Σπάνια	31 96,88% 10,16%	1 3,13% 0,33%	32 100,0 % 10,49 %	Σπάνια	13 50,00% 4,26%	13 50,00 % 4,26%	26 100,00% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,0 0% 3,28%	Μια φορά τον μήνα	4 66,67% 1,31%	2 33,33 0,66	6 100,00 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	42 97,67% 13,77%	1 2,33% 0,33%	43 100,0 0% 14,1%	Μια φορά την εβδομάδα	17 70,83% 5,57%	7 29,17 % 2,3%	24 100,00 7,87

Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	113 95,76% 37,05%	5 4,24% 1,64%	118 100,0 0% 38,69 %	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	109 94,78% 35,74%	6 5,22% 1,97%	115 100,00% 37,7%
Καθημεριν ά	78 76,47% 25,57%	24 23,53% 7,87%	102 100,0 0% 33,44 %	Καθημεριν ά	131 97,76% 42,95%	3 2,24% 0,98%	134 100,00% 43,93%
Σύνολο	274 89,84% 89,84%	31 10,16% 10,16%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	274 89,84% 89,84%	31 10,16 % 10,16 %	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 34: Χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητά και συναλλαγές σε Fast-Food

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητ ά	Σύνολ ο	Συχνότητα χρεωστική ς κάρτας	Χρεωσ τική κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	26 81,25% 8,52%	6 18,75% 1,97%	32 100,0 0% 10,49 %	Σπάνια	6 23,08 1,97%	20 76,92 6,56%	26 100,00 8,52%
Μια φορά τον μήνα	9 90,00% 2,95%	1 10,00% 0,33%	10 100,0 0% 3,28%	Μια φορά τον μήνα	1 16,67 % 0,33%	5 83,33% 1,64%	6 100,00% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	36 83,72% 11,8%	7 16,28% 2,3%	43 100,0 0% 3,28%	Μια φορά την εβδομάδα	6 25,00 % 1,97%	18 75,00% 5,9%	24 100,00% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	85 72,03% 27,87%	33 27,97% 10,82%	43 100,0 0% 14,1%	Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	69 60,0% 22,6%	46 40,00% 15,08%	115 100,00% 43,93%
Καθημεριν ά	33 32,35% 10,82%	69 67,65% 22,62%	118 100,0 0% 38,69 %	Καθημεριν ά	107 79,85 % 35,08 %	27 20,15% 8,85%	134 100,00% 93%
Σύνολο	189 61,97% 61,97%	114 38,03% 38,03%	305 100,0 0% 100,0 0%	Σύνολο	189 61,97 % 61,97 %	116 38,03% 38,03%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 35: Χρήση μετρητών και συναλλαγές σε παντοπωλεία

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Σπάνια	26 81,25% 8,52%	6 18,75% 1,97%	32 100,00 % 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	6 60,00% 1,97%	4 40,00% 1,31%	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	37 86,05% 12,13%	6 13,95% 1,97%	43 100,00 % 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	61 51,69% 20,00%	57 48,31% 18,69%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	26 25,49% 8,52%	76 74,51% 24,92%	102 100,00 % 33,44 %
Σύνολο	156 51,15% 51,15%	149 48,85% 48,85%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 36: Χρήση χρεωστικής κάρτας και συναλλαγές σε κομμωτήρια

Συχνότητα χρεωστική ς κάρτας	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Σπάνια	1 3,85% 0,33%	25 96,15% 8,2%	26 100,00 % 8,52%
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	4 66,67% 1,31%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	5 20,83% 1,64%	19 79,17% 6,23%	24 100,00 % 7,87%

Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	51 44,35% 16,72%	64 55,65% 20,98%	115 100,00 % 37,7%
Καθημεριν ά	72 52,99% 23,28%	63 47,01% 20,66%	134 100,00 % 37,7%
Σύνολο	130 42,62% 42,62%	175 57,38% 57,38%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 37: Χρήση μετρητών και συναλλαγές σε φαρμακεία

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Σπάνια	31 96,88% 10,16%	1 3,13% 0,33%	31 100,00 % 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	38 88,37% 12,46%	5 11,63% 1,64%	43 100,00 % 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	91 77,12% 29,84%	27 22,8% 8,85%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	46% 45,1% 15,08%	56 54,9% 18,36%	102 100,00 % 33,44 %
Σύνολο	216 70,82% 70,82%	89 29,18% 29,18%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 38: Χρήση μετρητών και συναλλαγές σε είδη ένδυσης και υπόδησης

Συχνότητα μετρητών	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
-----------------------	------------------------	---------	------------

Σπάνια	30 93,75% 9,84%	2 6,25% 0,66%	31 100,00 % 10,49 %
Μια φορά τον μήνα	10 100,00% 3,28%	0 0,00% 0,00%	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	40 93,02% 13,11%	3 6,98% 0,98%	43 100,00 % 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	103 87,29% 33,77%	15 12,71% 4,92%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	75 73,53% 24,59%	27 26,47% 8,85%	102 100,00 % 33,44 %
Σύνολο	258 84,59% 84,59%	47 15,41% 15,41%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 39: Χρήση χρεωστικής κάρτας και συναλλαγές σε βενζινάδικα

Συχνότητα χρεωστική ς κάρτας	Χρεωστι κή Κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Σπάνια	10 38,46% 3,28%	16 61,54% 5,25%	26 100,00 % 8,52%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	6 100% 1,97%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	11 45,83% 3,61%	13 54,17% 4,26%	24 100,00 % 7,77%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	82 71,3% 26,89%	33 28,7% 10,82%	115 100,00 % 37,7%

Καθημερινά	125 93,28% 40,98%	9 6,72% 2,95%	134 100,00% 43,93%
Σύνολο	228 74,75% 74,75%	77 25,25% 25,25%	305 100,00% 100,00% 0%

Πίνακας 40: Χρήση χρεωστικής κάρτας και πληρωμές λογαριασμών

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Χρεωστική Κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Σπάνια	21 80,77% 6,89%	5 19,23% 1,64%	26 100,00% 8,52%
Μια φορά τον μήνα	3 50,00% 0,98%	3 50,00% 0,98%	6 100,00% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	17 70,83% 5,57%	7 29,17% 2,3%	24 100,00% 7,87%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	108 93,91% 35,41%	7 6,09% 2,3%	115 100,00% 37,7%
Καθημερινά	129 96,27% 42,3%	5 3,73% 1,64%	134 100,00% 43,93%
Σύνολο	278 91,15% 91,15%	27 8,85% 8,85%	305 100,00% 100,00% %

Πίνακας 41: 1^{ος} παράγοντας οικονομικού προϋπολογισμού σε συνάρτηση με το φύλο των καταναλωτών

Παράγοντας ελέγχου οικ. προϋπ. με τη χρήση χρεωστικής κάρτας	Γυναίκα	Άνδρες	Σύνολο

Διαφωνώ απόλυτα	25 75,76 % 8,88%	8 24,24 % 2,63%	33 100,00 % 10,86 %
Διαφωνώ	27 77,14 % 8,88%	8 22,86 % 2,63%	35 100,00 % 11,51 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	40 59,7% 13,16 %	27 40,3% 8,88%	67 100,00 % 22,04 %
Συμφωνώ	72 66,06 % 23,68 %	37 33,9% 12,17 %	109 100,00 % 19,74 %
Συμφωνώ απόλυτα	39 65,00 % 12,83 %	1 35,00 % 6,91%	60 100,00 % 19,74 %
Σύνολο	203 66,78 % 66,78 %	11 33,22 % 33,22 %	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 42: 1^{ος} παράγοντας οικονομικού προϋπολογισμού σε συνάρτηση με την ηλικία των καταναλωτών

Παράγ οντας ελέγχο υ οικ. προϋπ. με τη χρήση χρεωστ ικής κάρτας	18-25	26-35	36-45	46-55	56- 65	66+	Σύν ολο
Διαφω νών απόλυτ α	7 21,21 % 2,3%	6 18,18 % 1,97%	8 24,24 % 2,63%	8 24,24% 2,63%	3 9,09 % 0,99 %	1 3,03% 0,33%	33 100, 00% 10,8 6%
Διαφω νών	6	4	8	14 40,00%	3	0 0,00%	35

	17,14 % 1,97%	11,43 % 1,32%	22,86 % 2,63%	4,61%	8,57 % 0,99 %	0,00%	100, 00% 11,5 1%
Ούτε συμφω νών ούτε διαφων ών	10 14,93 % 3,29%	13 19,4% 4,28%	19 28,36 % 6,25%	14 20,9% 4,61%	8 11,9 4% 2,63 %	3 4,48% 0,99%	67 100, 00% 22,0 4%
Συμφω νών	18 16,51 % 5,92%	18 16,51 % 5,92%	31 28,44 % 10,2%	28 25,69% 9,21%	13 11,9 4% 4,28 %	1 0,92% 0,33%	109 100, 00% 22,0 4%
Συμφω νών απόλυτ α	13 21,67 % 4,28%	12 20,00 % 3,95%	17 28,33 % 5,59%	15 25,00% 4,93%	2 3,33 % 0,66 %	1 1,67% 0,33%	60 100, 00% 19,7 4%
Σύνολο	54 17,76 % 17,76 %	53 17,43 % 17,43 %	83 27,3% 27,3%	79 25,99% 25,99%	29 9,54 % 9,54 %	6 1,97% 1,97%	305 100, 00% 100, 00%

Πίνακας 43: Προγράμματα ανταμοιβής και ηλικία των καταναλωτών

Προγράμ ματα ανταμοιβή ς	18-25	26-35	36-45	46-55	56- 65	66+	Σύνολ ο
Διαφωνών απόλυτα	9 24,32 % 2,95%	5 13,51 % 1,64 %	11 29,73 % 3,61%	7 18,92% 2,3%	4 10,8 1% 1,31 %	1 2,7% 0,33%	37 100,0 0% 12,13 %
Διαφωνών	11 18,03 % 3,61%	17 27,87 % 5,57%	12 19,67 % 3,93%	16 26,23% 5,25%	5 8,2% 1,64 %	0 0,00% 0,00%	61 100,0 % 20,00 %
Ούτε συμφωνών ούτε διαφωνών	16 21,96 % 5,25%	9 12,33 % 2,95%	17 23,29 % 5,57%	21 28,77% 6,89%	8 10,9 6% 2,62 %	2 2,74% 0,66%	73 100,0 0% 23,93 %
Συμφωνών	13 13,83 % 4,26%	15 15,94 % 4,92%	28 29,79 % 9,18%	25 26,6% 8,2%	11 11,7 % 0,66%	2 2,13% 0,66%	94 100,0 0%

					3,61 %		30,82 %
Συμφωνώ απόλυτα	5 12,5% 1,64%	8 20,00 % 2,62%	15 37,5% 4,92%	10 25,00% 3,28%	1 2,5% 0,33 %	1 2,5% 0,33%	40 100,0 0% 13,11 %
Σύνολο	54 17,7% 17,7%	54 17,7% 17,7%	83 27,21 % 27,21 %	79 25,9% 25,9%	29 9,51 % 9,51 %	6 1,97% 1,97%	305 100,0 0% 100,0 0%

Πίνακας 44: Προγράμματα ανταμοιβής και φύλο των καταναλωτών

Προγράμματ α ανταμοιβής	Γυναί κα	Άνδρα ς	Σύνολ ο
Διαφωνώ απόλυτα	22 59,46 % 7,21%	15 40,54 % 4,92%	37 100,0 0% 12,13 %
Διαφωνώ	40 65,57 % 13,11 %	21 34,43 % 6,89%	61 100,0 0% 20,00 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	46 63,01 % 15,08 %	27 36,99 % 8,85%	73 100,0 0% 23,93 %
Συμφωνώ	67 71,28 % 21,97 %	27 28,72 % 8,85%	94 100,0 0% 30,82 %
Συμφωνώ απόλυτα	29 72,50 % 9,51%	11 27,5% 3,61%	40 100,0 0% 13,11
Σύνολο	204 66,89 % 66,89 %	101 33,11 % 33,11 %	305 100,0 0% 100,0 0%

Πίνακας 45: Προγράμματα ανταμοιβής και επίπεδο εκπαίδευσης καταναλωτών

Προγράμματα ανταμοιβής	Απόφοιτοι Δημοτικού	Απόφοιτοι Γυμνασίου	Απόφοιτοι Λυκείου	Μεταλυκειακή εκπαίδευση	Κάτοχοι πτυχίου ΑΕΙ/ΤΕΙ	Κάτοχοι μεταπτυχιακού	Κάτοχοι διδακτορικού
Διαφωνώ απόλυτα	3 8,11% 0,98%	14 37,84% 4,59%	9 24,32% 2,95%	2 5,41% 0,66%	3 8,11% 0,98%	4 10,81% 1,31%	2 5,41 0,66
Διαφωνώ	8 13,11% 2,62%	29 47,54% 9,51%	7 11,48% 2,3	3 4,92% 0,98%	3 4,92% 0,98%	7 11,48% 2,3%	4 6,56 1,31
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	14 19,18% 4,59%	21 28,77% 6,89%	7 9,59% 2,3%	6 8,22% 1,97%	4 5,48% 1,31%	15 20,55% 4,92%	6 8,22 1,97
Συμφωνώ	19 20,21% 6,23%	39 41,49% 12,79%	5 5,32% 1,64%	9 9,57% 2,95%	8 8,51% 2,62%	10 10,64% 3,28%	4 4,26 1,31
Συμφωνώ απόλυτα	13 32,5% 4,26%	15 37,5% 4,92%	3 7,5% 0,98%	1 2,5% 0,33%	4 10,0% 1,31%	2 5,00% 0,66%	2 5,00 0,66
Σύνολο	57 18,69% 18,69%	118 38,69% 38,69%	31 10,16% 10,16%	21 6,89% 6,89%	22 7,21% 7,21%	38 12,46% 12,46%	18 5,9 5,9

Πίνακας 46: Ελαχιστοποίηση κερμάτων και ηλικία των καταναλωτών

Ελαχιστοποίηση Κερμάτων	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66+	Σύνολο
Διαφωνώ απόλυτα	10 15,63% 3,29%	9 14,06% 2,96%	20 31,25% 6,58%	17 26,56% 5,59%	7 10,94% 2,3%	1 1,56% 0,33%	61 100,00% 21,05%
Διαφωνώ	11 15,49% 3,62%	11 15,49% 3,62%	23 32,39% 7,57%	20 28,17% 6,58%	4 5,63% 1,32%	2 2,82% 0,66%	71 100,00% 23,36%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10 14,71% 3,29%	15 22,06% 4,93%	17 25,00% 5,59%	19 27,94% 6,25%	7 10,29% 2,3%	0 0,00% 0,00%	68 100,00% 22,37%
Συμφωνώ	13 20,00% 4,28%	10 15,38% 3,29%	15 23,08% 4,93%	16 24,62% 5,26%	9 13,85% 2,3%	2 3,08% 0,66%	65 100,00% 21,38%

Συμφωνώ απόλυτα	10 27,78 % 3,29%	8 22,22 % 2,63%	8 2,22% 2,63%	7 19,44% 2,3%	2 5,56 % 0,66 %	1 2,78% 0,33%	36 100,0 0% 11,84 %
Σύνολο	54 17,76 % 17,76 %	53 17,43 % 17,43 %	83 27,3% 27,3%	79 25,99% 25,99%	29 9,54 % 9,54 %	6 1,97% 1,97%	305 100,0 0% 100,0 0%

Πίνακας 47: Ελαχιστοποίηση κερμάτων και επίπεδο εισοδήματος των καταναλωτών

Ελαχιστο ποίηση κερμάτων	Δεν έχω εισόδη μα	1- 5.00 0 ευρ ώ	5001 - 10.0 00 ευρώ	10.00 1- 15.00 0 ευρώ	15.00 1- 20.00 0 ευρώ	20.00 1- 25.00 0 ευρώ	25.00 1- 30.00 0 ευρώ	30.00 1+ ευρώ	Σύνο λο
Διαφωνώ απόλυτα	9 14,06% 2,96%	6 9,38 % 1,97 %	15 23,4 4% 4,93 %	19 29,69 % 6,25 %	7 10,94 % 2,3% %	4 6,25 % 1,32 %	3 4,69 % 0,99 %	1 1,56 % 1,33 %	64 100,0 0% 21,05 %
Διαφωνώ	8 11,27% 2,63%	17 23,9 %4 %	11 15,4 9% 3,62 %	20 28,17 % 6,58 %	10 14,08 % 3,29 %	4 5,63 % 1,32 %	1 1,41 % 0,33 %	0 0,00 % 0,00 %	71 100,0 0% 23,36 %
Ούτε συμφων ώ ούτε διαφωνώ	9 13,24% 2,96%	12 17,6 5% 3,95 %	14 20,5 9% 4,61 %	14 20,59 % 4,61 %	6 8,82 % 1,97 %	7 10,29 % 2,3% %	4 4,41 % 0,99 %	3 4,41 % 0,99 %	68 100,0 0%2 2,37 %
Συμφων ώ	10 15,38% 3,29%	12 18,4 6% 3,95 %	10 15,3 8% 3,29 %	11 16,92 % 3,62 %	12 18,46 % 3,95 %	5 7,69 % 1,64 %	2 3,08 % 0,66 %	2 3,08 % 0,99 %	65 100,0 0% 21,38 %
Συμφων ώ απόλυτα	7 19,44% 2,3%	7 19,4 4% 2,3 %	3 8,33 % 0,99 %	9 25,00 % 2,96 %	6 16,67 % 1,97 %	2 5,56 % 0,66 %	1 2,78 % 0,33 %	1 2,78 % 0,33 %	36 100,0 0% 11,84 %
Σύνολο	43 14,14% 14,14%	54 17,7 6% 17,7 6%	53 17,4 3% 17,4 3%	73 24,01 % 24,01 %	41 13,49 % 13,49 %	22 7,24 % 7,24 %	10 3,29 % 3,29 %	8 2,63 % 2,63 %	305 100,0 0% 100,0 0%

Πίνακας 48: Χρεώσεις-προμήθειες και πληρωμές λογαριασμών

Χρεώσεις	Χρεωστι κή	Μετρητά	Σύνολ ο
----------	---------------	---------	------------

	κάρτα		
Διαφωνώ απόλυτα	41 95,65% 14,43%	2 4,35% 0,66%	46 100,00 % 15,08 %
Διαφωνώ	91 94,79% 29,84%	5 5,21% 1,64%	96 100,0 % 31,48 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	60 82,76% 15,74%	6 9,09% 1,97%	66 100,0 % 21,64 %
Συμφωνώ	48 82,76% 15,74%	10 17,24% 3,28%	58 100,00 % 19,02 %
Συμφωνώ απόλυτα	35 89,74% 11,48%	4 10,26% 1,31%	39 100,00 % 12,79 %
Σύνολο	278 91,15% 91,15%	27 8,85% 8,85%	05 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 49: Συνήθεια και συναλλαγές σε Super-Market

Συνήθεια	Χρεωστική κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Διαφωνώ απόλυτα	14 70,00% 4,59%	6 30,00% 1,97%	20 100,00 % 6,56%
Διαφωνώ	47 94,00% 15,41%	3 6,00% 0,98%	50 100,00 % 16,39 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	73 86,9% 23,93%	11 13,1% 3,61%	84 100,00 % 27,54 %

Συμφωνώ	101 91,82% 33,11%	9 8,18% 2,95%	110 100,00 % 36,0%
Συμφωνώ απόλυτα	39 95,12% 12,79%	2 4,88% 0,66%	41 100,00 % 13,44 %
Σύνολο	274 89,84% 89,84%	31 10,16% 10,16%	305 100,0 % 100,0 %

Πίνακας 50: Συνήθεια και συναλλαγές σε λαϊκές αγορές

Συνήθεια	Χρεωστική κάρτα	Μετρητά	Σύνολο
Διαφωνώ απόλυτα	0 0,00% 0,00%	20 100,00% 6,56%	20 100,00 % 6,56%
Διαφωνώ	1 2,00% 0,33%	49 98,00% 16,07%	50 100,00 % 16,39 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	2 2,38% 0,66%	82 97,62% 26,89%	84 100,00 % 27,54 %
Συμφωνώ	2 1,82% 0,66%	108 98,18% 35,41%	110 100,00 % 36,07 %
Συμφωνώ απόλυτα	3 7,32% 0,98%	38 92,68% 12,46%	41 100,00 % 13,44 %
Σύνολο	8 2,62% 2,62%	297 97,38% 97,38%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 51: Τεχνολογία και ηλικία των καταναλωτών

Τεχνολογία	18-25	26-35	36-45	46-55	56-65	66+	Σύνολο
------------	-------	-------	-------	-------	-------	-----	--------

Διαφωνώ απόλυτα	5 18,52 % 1,64%	3 11,11 % 0,98%	6 22,22 % 1,97%	7 25,93 % 2,3%	4 14,81 % 1,31%	2 7,41 % 0,66	27 100,00% 8,85%
Διαφωνώ	7 41,18 % 2,3%	0 0,00% 0,00%	2 11,76 % 0,66%	8 47,06 % 2,62 %	0 0,00% 0,00%	0 0,00 % 0,00 %	17 100,00% 5,57%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	19 31,67 % 6,23%	14 23,33 % 4,59%	14 23,33 % 4,59%	9 15,00 % 2,95 %	3 5,00% 0,98%	1 1,67 % 0,33 %	60 100,00% 19,67%
Συμφωνώ	13 9,92% 4,26%	26 19,85 % 8,52%	34 25,95 % 11,11 %	40 30,53 % 13,11 %	16 12,21 % 5,25%	2 1,53 % 0,66	131 100,00% 42,95%
Συμφωνώ απόλυτα	10 14,29 % 3,28%	11 15,71 % 3,61%	27 38,57 % 8,85%	15 21,43 % 4,92 %	6 8,57% 1,97%	1 1,43 % 0,33 %	70 100,00% 22,95%
Σύνολο	54 17,7% 17,7%	54 17,7% 17,7%	83 27,21 % 27,21 %	79 25,9 % 25,9 %	29 9,51% 9,51%	6 1,97 % 1,97 %	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 52: Τεχνολογία και πληρωμές λογαριασμών

Τεχνολογί α	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Διαφωνώ απόλυτα	21 77,78% 6,89%	6 22,22% 1,97%	27 100,00 % 8,85%
Διαφωνώ	12 70,59% 3,93%	5 29,41% 1,64%	17 100,00 % 5,57%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	54 90,00% 17,7%	6 10,00% 1,97%	60 100,00 % 19,67 %
Συμφωνώ	123 93,89% 40,33%	8 6,11% 2,62%	131 100,00 % %

			42,95 %
Συμφωνώ απόλυτα	68 97,14% 22,3%	2 2,86% 0,66%	70 100,00 % 22,95 %
Σύνολο	278 91,15% 91,15%	27 8,85% 8,85%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 53: Προσφερόμενες εκπτώσεις και συναλλαγές με ελεύθερους επαγγελματίες

Προσφερό μενες εκπτώσεις	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Διαφωνώ απόλυτα	7 36,84% 2,3%	12 63,16% 3,93%	19 100,00 % 6,23%
Διαφωνώ	4 23,53% 1,31%	13 76,47% 4,26%	17 100,00 % 5,57%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11 35,48% 3,61%	20 64,52% 6,56%	31 100,00 % 10,16 %
Συμφωνώ	47 37,6% 15,41%	78 62,4% 25,57%	125 100,00 % 40,98 %
Συμφωνώ απόλυτα	32 28,32% 10,49%	81 71,68% 26,56%	113 100,00 % 37,05 %
Σύνολο	101 33,11% 33,11%	204 66,89% 66,89%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 54: Προσφερόμενες εκπτώσεις και συναλλαγές που αφορούν παροχή ιατρικών υπηρεσιών

Προσφερό μενες εκπτώσεις	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
--------------------------------	------------------------	---------	------------

Διαφωνώ απόλυτα	10 52,63% 3,28%	9 42,37% 2,95%	19 100,00 % 6,23%
Διαφωνώ	10 58,82% 3,28%	7 41,18% 2,3%	17 100,00 % 5,57%
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18 58,06% 5,9%	13 41,94% 4,26%	31 100,00 % 10,16 %
Συμφωνώ	64 51,2% 20,98%	61 48,00% 20,00%	125 100,00 % 40,98 %
Συμφωνώ απόλυτα	45 39,82% 14,75%	68 60,18% 22,3%	113 100,00 % 37,05 %
Σύνολο	147 48,2% 48,2%	158 51,8% 51,8%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 55: Θεωρία πόνου πληρωμής και τόπος κατοικίας των καταναλωτών

Θεωρία Πόνου πληρωμής	Χρεωστι κή κάρτα	Μετρητά	Σύνολ ο
Διαφωνώ απόλυτα	26 49,06% 8,52%	24 45,28% 7,87%	53 100,00 % 17,38 %
Διαφωνώ	28 52,83% 9,18%	21 39,62% 6,89%	53 100,00 % 17,38 %
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	44 48,35% 14,43%	37 40,66% 12,13%	91 100,00 % 29,84 %
Συμφωνώ	43 63,24%	15 22,06%	68

	14,1%	4,92%	100,00 % 22,3%
Συμφωνώ απόλυτα	22 55,00% 7,21%	13 32,5% 4,26%	40 100,00 % 13,11 %
Σύνολο	163 53,44% 53,44%	110 36,07% 36,07%	305 100,00 % 100, %00

Πίνακας 56: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και έλεγχος οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	4 15,38% 1,32%	5 19,23% 1,64%	10 38,46% 3,29%	7 26,92% 2,3%	0 0,00% 0,00%	26 100,00 % 8,55%
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	2 33,33% 0,66%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	6 100,00 % 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	3 12,5% 0,99%	5 20,83% 1,64%	4 16,67% 1,32%	8 33,33% 2,63%	4 16,67% 1,32%	24 100,00 % 7,89%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	16 13,91% 5,26%	11 9,57% 3,62%	21 18,26% 6,91%	47 40,87% 15,46%	20 17,39% 6,58%	115 100,00 % 37,83 %
Καθημερινά	8 6,02% 2,63%	14 10,53% 4,61%	30 22,56% 9,87%	46 34,59% 15,13%	35 26,32% 11,51%	133 100,00 % 43,75 %
Σύνολο	33 10,86% 10,86%	35 11,51% 11,51%	67 22,04% 22,04%	109 35,86% 35,86%	60 19,74% 19,74%	305 100,00 % 100,00 %

Πίνακας 57: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και σχεδιασμός οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	6 23,08% 1,97%	5 19,23% 1,64%	10 38,46% 3,29%	5 19,23% 1,64%	0 0,00% 0,00%	26 100,00% 8,55%
Μια φορά τον μήνα	2 33,33% 0,66%	2 33,33% 0,66%	0 0,00% 0,00%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	6 100,00% 1,97%
Μια φορά την εβδομάδα	3 12,5% 0,99%	5 20,83% 1,64%	8 33,33% 2,63%	6 25,00% 1,97%	2 0,33% 0,66%	24 100,00% 7,89%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	14 12,17% 4,61%	19 16,52% 6,25%	29 25,22% 9,54%	38 33,04% 12,5%	15 13,04% 4,93%	115 100,00% 27,83%
Καθημερινά	8 6,02% 2,63%	17 12,78% 5,59%	42 31,58% 13,82%	42 31,58% 13,82%	24 18,05% 7,89%	133 100,00% 43,75%
Σύνολο	33 10,86% 10,86%	59 15,79% 15,79%	89 29,28% 29,28%	92 30,26% 20,36%	42 13,82% 13,82%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 58: Συχνότητα χρήσης χρεωστικής κάρτας και αποφυγή δαπανών οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα χρεωστικής κάρτας	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	5 19,23% 1,64%	7 26,92% 2,3%	8 30,77% 2,63%	6 23,08% 1,97%	0 0,00% 0,00%	26 100,00% 8,55%
Μια φορά τον μήνα	3 50,00% 0,99%	1 16,67% 0,33%	0 0,00% 0,00%	1 16,67% 0,33%	1 16,67% 0,33%	6 100,00% 1,97%

Μια φορά την εβδομάδα	5 20,83% 1,64%	9 37,5% 2,96%	4 16,67% 1,32%	5 20,83% 1,64%	1 4,17% 0,33%	24 100,00% 7,89%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	21 18,26% 6,91%	22 19,13% 7,24%	30 26,09% 9,87%	31 26,96% 10,2%	11 9,57% 3,62%	115 100,00% 37,83%
Καθημερινά	11 8,27% 3,62%	29 21,8% 9,54%	40 30,08% 13,16%	36 27,07% 11,84%	17 12,78% 5,59%	133 100,00% 43,75%
Σύνολο	45 14,8% 14,8%	68 22,37% 22,37%	82 26,97% 26,97%	79 25,99% 25,99%	30 9,87% 9,87%	305 100,00% 100,00%

Πίνακας 59: Συχνότητα χρήσης μετρητών και έλεγχος οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	4 12,9% 1,32%	12 38,71% 3,95%	9 29,03% 2,96%	1 3,23% 0,33%	5 16,13% 1,64%	31 100,00% 10,2%
Μια φορά τον μήνα	1 10,00% 0,33%	3 30,00% 0,99%	2 20,00% 0,66%	1 10,00% 0,33%	3 30,00% 0,99%	10 100,00% 3,29%
Μια φορά την εβδομάδα	8 18,6% 2,63%	16 37,21% 5,26%	12 27,91% 3,95%	3 6,98% 0,99%	4 9,3% 1,32%	43 100,00% 14,14%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	17 14,41 5,59	34 28,81 11,18	29 24,58 9,54	27 22,88 8,88	11 9,32 3,62	118 100,00 38,82
Καθημερινά	17 16,67% 5,59%	24 23,53% 7,89%	27 26,47% 8,88%	22 21,57% 7,24%	12 11,76% 3,95%	102 100,00% 33,55%
Σύνολο	47	89	79	54	35	305

	15,46% 15,46%	29,28% 29,28%	25,99% 25,99%	17,76% 17,76%	11,51% 11,51%	100,00% 100,00%
--	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	--------------------

Πίνακας 60: Συχνότητα χρήσης μετρητών και σχεδιασμός οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	5 15,63% 1,64%	10 31,25% 3,28%	10 31,25% 3,28%	4 12,5% 1,31%	3 9,38% 0,98%	32 100,00% 10,49%
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	3 30,00% 0,98%	3 30,00% 0,98%	2 20,00% 0,66%	2 20,00% 0,66%	10 100,00% 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	7 16,28% 2,3%	12 27,91% 3,93%	17 39,53% 5,57%	3 6,98% 0,98%	4 9,3% 1,31%	43 100,00% 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	15 12,71% 4,92%	32 27,12% 10,49%	29 24,58% 9,51%	28 23,73% 9,18%	14 11,86% 4,59%	110 100,00% 38,69%
Καθημερινά	14 13,73% 4,59%	20 19,61% 6,56%	27 26,47% 8,85%	28 27,45% 9,18%	13 12,75% 4,26%	102 100,00% 33,44%
Σύνολο	41 13,44% 13,44%	77 25,25% 25,25%	86 28,2% 28,2%	65 21,31% 21,31%	36 11,8% 11,8%	305 100,00% 100%

Πίνακας 61: Συχνότητα χρήσης μετρητών και αποφυγή δαπανών οικονομικού προϋπολογισμού

Συχνότητα μετρητών	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε διαφωνώ ούτε συμφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα	Σύνολο
Σπάνια	5 15,63% 1,64%	8 25,00% 2,62%	9 28,13% 2,95%	6 18,75% 1,97%	4 12,5% 1,31%	32 100,00% %

						10,49 %
Μια φορά τον μήνα	0 0,00% 0,00%	2 20,00% 0,66%	5 50,00% 1,64%	1 10,00% 0,33%	2 20,00% 0,66%	10 100,00 % 3,28%
Μια φορά την εβδομάδα	5 11,63% 1,64%	11 25,58% 3,61%	14 32,56% 4,59%	9 10,93% 2,95%	4 9,3% 1,31%	43 100,00 % 14,1%
Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα	16 13,56% 5,25%	21 17,8% 6,89%	32 27,12% 10,49%	25 21,19% 8,2%	24 20,34% 7,87%	118 100,00 % 38,69 %
Καθημεριν ά	15 14,71% 4,91%	19 18,63% 6,23%	21 20,59% 6,89%	31 30,39% 10,16%	16 15,69% 5,25%	102 100,00 % 33,44 %
Σύνολο	41 13,44% 13,44%	61 20,00% 20,00%	81 26,56% 26,56%	72 23,61% 23,61%	50 16,39% 16,39%	305 100,00 % 100,00 %

Παράρτημα Β

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Φύλο *

Ανδρας

Γυναίκα

2. Ηλικία *

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66+

3. Επάγγελμα *

Δημόσιος Υπάλληλος

Ιδιωτικός Υπάλληλος
Ελεύθερος Επαγγελματίας
Άνεργος/η
Φοιτητής/τρια
Συνταξιούχος
Οικιακά

4.Ανώτατη εκπαιδευτική βαθμίδα *

Απόφοιτος Δημοτικού
Απόφοιτος Γυμνασίου
Απόφοιτος Λυκείου
Απόφοιτος μεταλυκειακής εκπαίδευσης
Κάτοχος πτυχίου τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (Τ.Ε.Ι κ' Α.Ε.Ι)
Κάτοχος μεταπτυχιακού
Κάτοχος Διδακτορικού

4.Ετήσιο ατομικό εισόδημα (σε €) *

Δεν έχω εισόδημα

1- 5.000
5.001-10.000
10.001-15.000
15.001-20.000
20.001-25.000
25.001-30.000
30.001+

6.Οικογενειακή κατάσταση *

Έγγαμος/η
Άγαμος/η
Σε συμβίωση
Διαζευγμένος/η
Χήρος/α

7. Έχετε παιδιά; *

Ναι
Όχι

8. Τόπος διαμονής(συμπληρώστε το δήμο που κατοικείτε) *

.....

Β. Χρεωστική κάρτα και μετρητά

Όσον αφορά τη χρήση μετρητών και χρεωστικής κάρτας: *

9. α) Κατά μέσο όρο, πόσες φορές χρησιμοποιείτε τη χρεωστική σας κάρτα:

Καθημερινά

Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα

Μια φορά την εβδομάδα

Μια φορά τον μήνα

Σπάνια

Β) Κατά μέσο όρο, πόσες φορές χρησιμοποιείτε τα μετρητά:

Καθημερινά

Δύο ή τρεις φορές την εβδομάδα

Μια φορά την εβδομάδα

Μια φορά τον μήνα

Σπάνια

10. Πόσο ευχαριστημένος/η είστε από τις λειτουργίες της χρεωστικής κάρτας *

Καθόλου

Ελάχιστα

Ούτε λίγο ούτε πολύ

Πολύ

Πάρα πολύ

11. Ποιοι είναι οι βασικοί λόγοι που χρησιμοποιείτε τη χρεωστική κάρτα; *

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί έχω τη δυνατότητα ανάληψης μετρητών οποτεδήποτε					

Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί οι συναλλαγές μου γίνονται πιο εύκολα και πιο γρήγορα					
Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί έχω τη δυνατότητα να κάνω συναλλαγές μέσω διαδικτύου					
Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί νιώθω πιο ασφαλής					
Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί μπορώ να πληρώνω τους λογαριασμούς μου ευκολότερα					
Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί μπορώ να τη χρησιμοποιήσω και στο εξωτερικό					

Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα γιατί μπορώ να στείλω χρήματα σε οποιοδήποτε					
---	--	--	--	--	--

12. Όσον αφορά τη χρήση χρεωστικής κάρτας και μετρητών, σημειώστε τον βαθμό συμφωνίας σας στις παρακάτω προτάσεις *

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Θα μπορούσα να σκεφτώ τον εαυτό μου να χρησιμοποιεί μόνο χρεωστική κάρτα					
Θα μπορούσα να σκεφτώ τον εαυτό μου να χρησιμοποιεί μόνο μετρητά					
Έχουν αλλάξει οι προτιμήσεις μου όσον αφορά την επιλογή του μέσου πληρωμής σε σχέση με 5 χρόνια πριν					

Χρησιμοποιώ τη χρεωστική κάρτα συχνότερα σε αντίθεση με 5 χρόνια πριν					
---	--	--	--	--	--

Γ. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του καταναλωτή.

13. Όσον αφορά το κόστος μιας συναλλαγής: *

Για συναλλαγές:	Χρησιμοποιώ, συνήθως, χρεωστική κάρτα	Χρησιμοποιώ, συνήθως, μετρητά
0,01-2 ευρώ		
2,01-10 ευρώ		
10,01-15 ευρώ		
15,01-25 ευρώ		

25,01-50 ευρώ		
50+		

14.Όσον αφορά το είδος της συναλλαγής: *

Είδος συναλλαγής	Χρεωστική κάρτα	Μετρητά
Σε παζάρια-λαϊκές αγορές		
Καφέ-μπαρ		
Εστιατόρια		
Super-Market		
Fast-food		
Παντοπωλεία		
Φαρμακεία		
Παροχή ιατρικών υπηρεσιών		
Συναλλαγές με ελεύθερους επαγγελματίες		
Αγορά εισιτηρίων		
Είδη ένδυσης & υπόδησης		

Συνδρομές γυμναστηρίων		
Πληρωμές λογαριασμών		
Βενζινάδικα		
Εμπορικά κέντρα		

15. Σημειώστε το βαθμό συμφωνίας σας

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Η χρεωστική κάρτα με βοηθάει να ελέγχω την πορεία του προϋπολογισμού μου, αφού οι τραπεζικές πλατφόρμες μου προσφέρουν μια συνολική εικόνα των δαπανών μου					
Η χρεωστική κάρτα με βοηθάει να σχεδιάσω έναν ορθό οικονομικό προϋπολογισμό					

Η χρεωστική κάρτα με βοηθάει να αποφύγω δαπάνες που δεν είχα υπολογίσει					
Τα μετρητά με βοηθούν χρεωστική κάρτα με βοηθάει να ελέγχω την πορεία του προϋπολογισμού μου, αφού οι τραπεζικές πλατφόρμες μου προσφέρουν μια συνολική εικόνα των δαπανών μου να ελέγχω την πορεία του προϋπολογισμού μου, αφού οι τραπεζικές πλατφόρμες μου προσφέρουν μια συνολική εικόνα των δαπανών μου					

Τα μετρητά με βοηθούν να σχεδιάσω έναν ορθό οικονομικό προϋπολογισμό					
Τα μετρητά με βοηθούν να αποφύγω δαπάνες που δεν είχα υπολογίσει					

16. Σημειώστε τον βαθμό συμφωνίας σας:

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Τα προγράμματα ανταμοιβής μου δίνουν ένα παραπάνω κίνητρο να πληρώσω με τη χρεωστική μου κάρτα από το να πληρώσω με μετρητά					
Όσον αφορά τα ρέστα που λαμβάνω από μια συναλλαγή, νιώθω άσχημα να λαμβάνω ρέστα σε					

κέρματα ενώ πληρώνω με χαρτονομίσματα					
Όταν πραγματοποιώ μια συναλλαγή, επιθυμώ να ελαχιστοποιήσω τα κέρματα που θα λάβω ως ρέστα					
Όσον αφορά τα κέρματα τα οποία είναι πολύ μικρής αξίας, με ενοχλούν διότι λαμβάνουν ένα έξτρα βάρος στο πορτοφόλι μου που με ταλαιπωρεί					
Οι συναλλαγές με χρεώσεις- προμήθειες (πχ πληρωμή Δ.Ε.Η) με απωθούν από τη χρήση χρεωστικής κάρτας και με στρέφουν στα μετρητά					
Πιστεύω ότι η επιλογή του μέσου πληρωμής είναι μια επιλογή από συνήθεια					

Πιστεύω ότι η συμβολή της τεχνολογίας μου δίνει ένα παραπάνω κίνητρο να στραφώ περισσότερο στη χρεωστική κάρτα και λιγότερα στα μετρητών					
Αν ο πωλητής μου κάνει καλύτερη τιμή με την προϋπόθεση να πληρώσω με μετρητά, τότε θα πληρώσω με μετρητά					
Όταν πληρώνω με μετρητά με ενοχλεί η έλλειψη χρημάτων στο πορτοφόλι μου με αποτέλεσμα να μην απολαμβάνω όσο θα έπρεπε το αγαθό ή την υπηρεσία που πλήρωσα					