



University of  
Macedonia  
MSc in  
Applied  
Informatics

Πανεπιστήμιο Μακεδονίας  
ΠΜΣ Εφαρμοσμένης Πληροφορικής  
Ηλεκτρονικό Επιχειρείν και Τεχνολογία Καινοτομίας

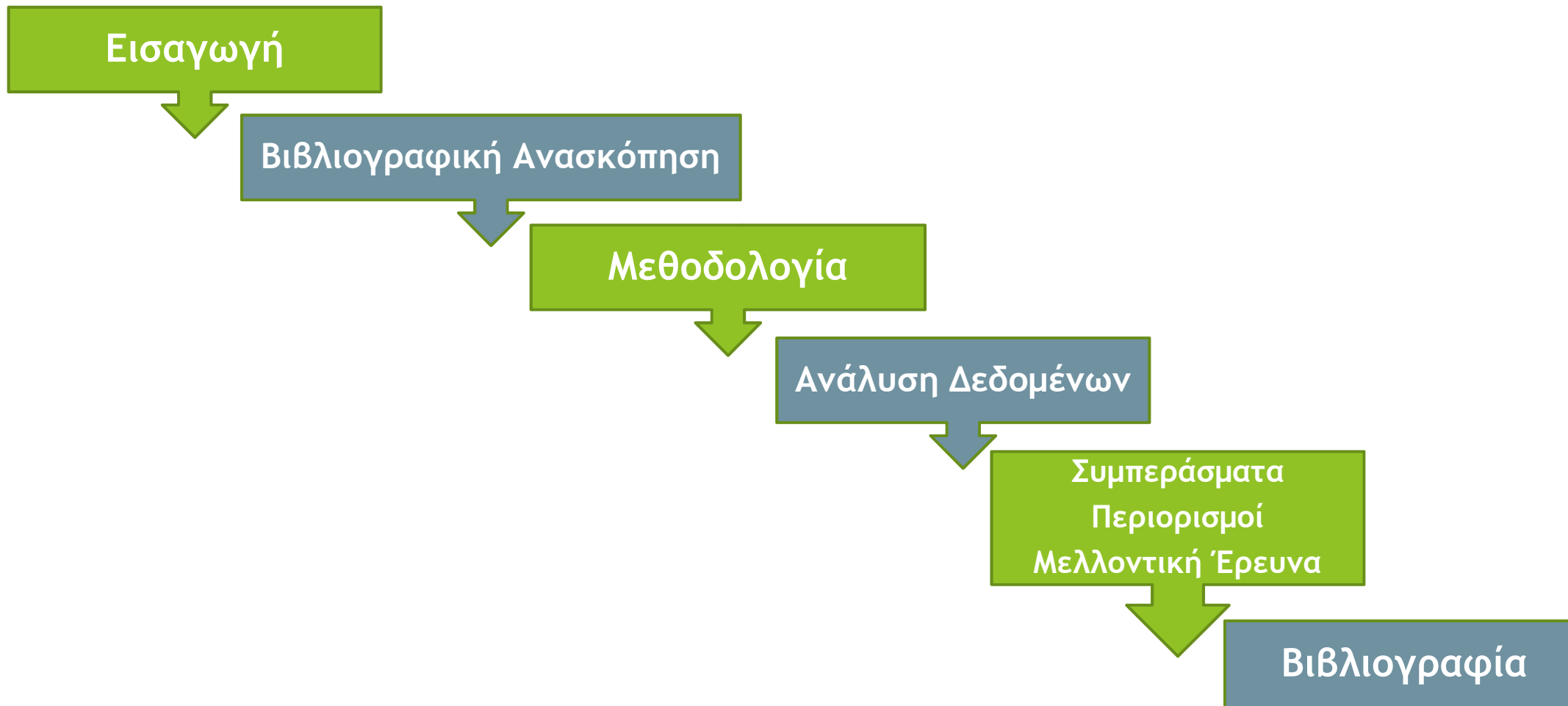
# Πρόθεση χρήσης και ικανοποίηση χρήστη από τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών

Άννα Σιδέρη

Προμελής επιτροπής :  
Κίτσιος, Επιβλέπων καθηγητής  
Αντίνος Φούσκας  
Χρυσή Δασίλας

Sideri, A., Kamariotou, M. and Kitsios, F. (2021). Intention to use and customer satisfaction towards mobile payments services: An empirical study. Paper presented at the 2nd International Conference "Intermodal Transports: Innovations in Planning, Management, Business Development & Decision Making", October 2021, Alexandroupolis, Greece.

# Διάρθρωση Έρευνας



# Εισαγωγή

Η ανάπτυξη της τεχνολογίας έφερε στην ζωή του ανθρώπου την χρηματοοικονομική τεχνολογία (fintech) και την ψηφιοποίηση (digitalization) (Iman, 2020; Milian et al., 2019; Thakur, 2019)

Η προαναφερθείσα ανάπτυξη είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία των νεοφυών επιχειρήσεων, οι οποίες έθεσαν σε εφαρμογή τις παραπάνω τεχνολογίες, κυρίως σε σχέση με το χρηματοοικονομικό τομέα (στοχεύοντας κυρίως στις ηλεκτρονικές πληρωμές) και όχι μόνο. Έτσι, έγινε απαραίτητη η θέσπιση θεσμικού πλαισίου και οδηγιών τόσο για την προστασία των φυσικών προσώπων όσο και των επιχειρήσεων (PSD2, AML, SFD) (Iman, 2020; Lee & Shin, 2018; Omarini, 2018; Thakur, 2019)

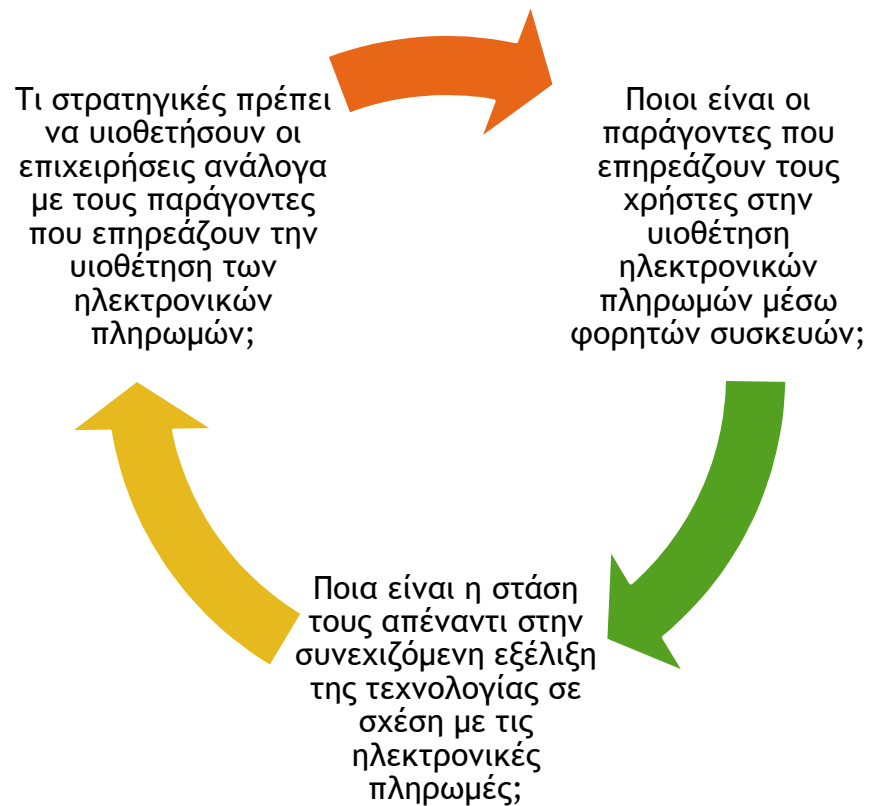
Στροφή στα εναλλακτικά δίκτυα: e-banking, m-banking, wallet-payments, peer to peer payments, κρυπτονομίσματα (Iman, 2020; Lee & Shin, 2018; Thakur, 2019)

Έρευνες σχετικά με τους παράγοντες που επηρεάζουν την υιοθέτηση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών

Επιχειρήσεις προσπαθούν να βελτιώσουν υπηρεσίες, αναλογιζόμενοι αυτούς τους παράγοντες - βάσει των επιθυμιών του χρήστη, μειώνοντας τους ενδοιασμούς χρήσης των υπηρεσιών τους, εκμηδενίζοντας τους φόβους του (ρίσκο, κίνδυνο, αβεβαιότητα) και κάνοντας τον να νιώσει ασφαλής.

Σκοπός της έρευνας είναι η σύγκριση των παραγόντων που επηρεάζουν και δίνουν αξία στους χρήστες στην Ελλάδα και στο εξωτερικό σχετικά με την υιοθέτηση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών

# Ορισμός Προβλήματος



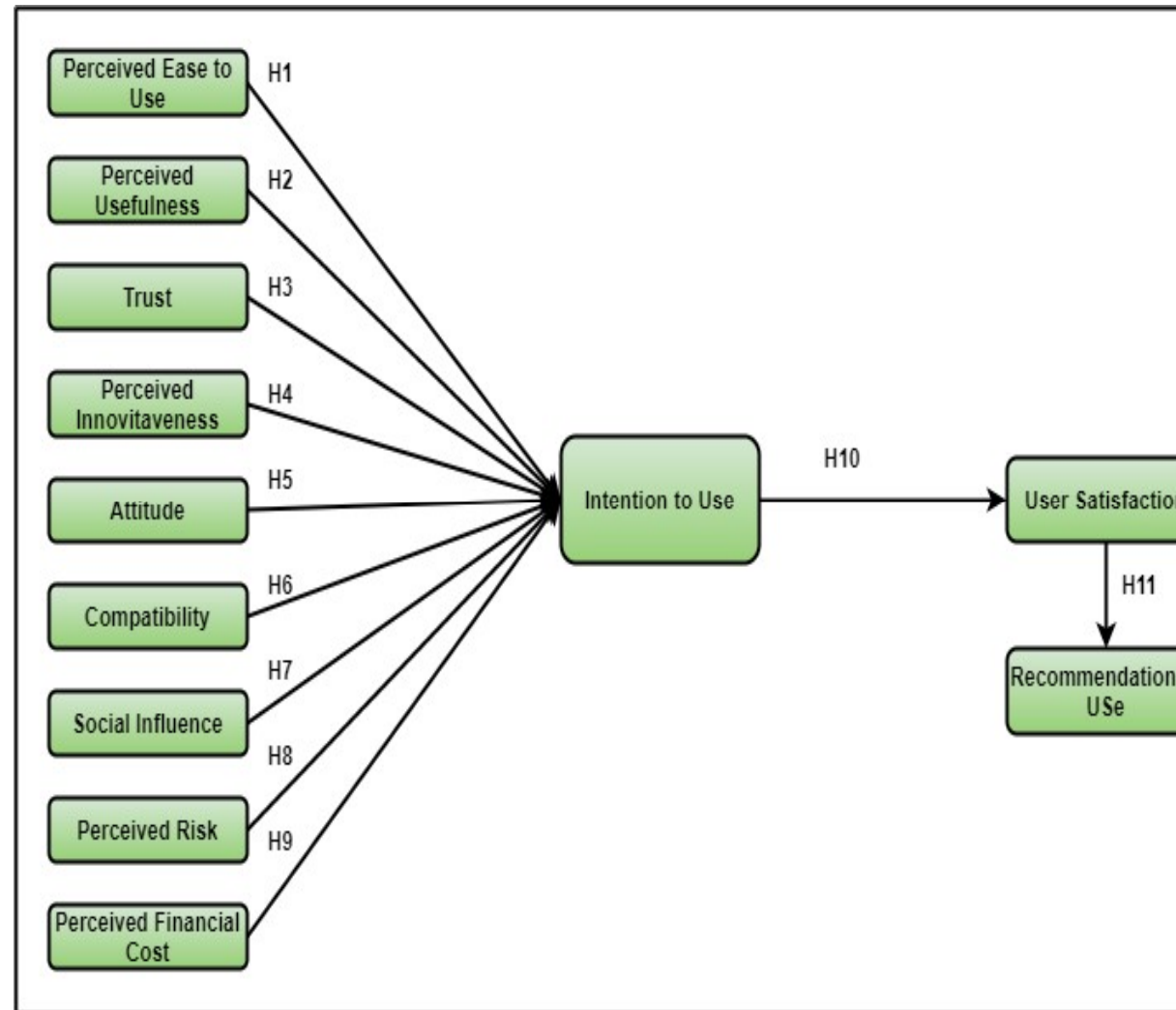
Διερεύνηση των παραγόντων που δίνουν αξία  
στους χρήστες για την  
υιοθέτηση ηλεκτρονικών πληρωμών

μέσω φορητών συσκευών - Σύγκριση παραγόντων που  
επηρεάζουν τους Έλληνες και μη Έλληνες χρήστες

**Στόχος Έρευνας**

# Μοντέλο Έρευνας

Chawla, D., & Joshi, H. (2019);  
Flavian, C., et al, (2020);  
Kalinic, Z., et al, (2019);  
Liébana-Cabanillas, et al, (2020a);  
Liébana-Cabanillas, et al (2020b);  
Nawayseh, M. K. A. (2020);  
Patil, P., et al, (2020);  
Phonthanukitithaworn, et al (2016);  
Schmidhuber, L., et al, (2020);  
Singh, N., et al, (2020);  
Thakur, R., & Srivastava, M. (2014).



Υποθέσεις	Αναφορές
αντιληπτή ευκολία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Flavian et al. (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Schmidhuber et al. (2020); Singh et al. (2020)
αντιληπτή χρησιμότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Chawla & Joshi (2019); Flavian et al. (2020); Kalinic et al. (2019); Cabanillas et al. (2020a); (2020b); Phonthanukitithaworn et al. (2020); Schmidhuber et al. (2020); Singh et al. (2020)
εμπιστοσύνη επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Kalinic et al. (2019); Liébana-Cabanillas et al. (2020b); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016)
αντιληπτή καινοτομία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Kalinic et al. (2019); Schmidhuber et al. (2020); Thakur & Srivastava (2014)
συμπεριφορά επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Flavian et al. (2020); Patil et al. (2020); Singh et al. (2020)
συμβατότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Phonthanukitithaworn et al. (2016)
οικονομική επιρροή επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Nawayseh (2020); Patil et al. (2020); Schmidhuber et al. (2020);
απορροή κινδύνου επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Liébana-Cabanillas et al. (2020a); (2020b); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Schmidhuber et al. (2020); Singh et al. (2020); Thakur & Srivastava (2014)
αντιληπτό οικονομικό κόστος επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Phonthanukitithaworn et al. (2016); Schmidhuber et al. (2020)
πρόθεση χρήσης επιδρά θετικά στην ικανοποίηση του χρήστη ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Singh et al. (2020)
ικανοποίηση του χρήστη επιδρά θετικά στην σύσταση ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Singh et al. (2020)



# Στάδια Μεθοδολογίας Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης

## Στάδια Μεθοδολογίας Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης

1. Προηγούμενες Βιβλιογραφικές Ανασκοπήσεις



2. Προηγούμενες Έρευνες στο Πεδίο Μελέτης



3. Ορισμός του Προβλήματος



4. Επιλογή Λέξεων Αναζήτησης



5. Εφαρμογή Σταδίων

Πηγή: Webster and Watson, 2002

# Προηγούμενες Βιβλιογραφικές Ανασκοπήσεις

A/A	References	Author	Year	Keywords	Methodology	Results
1	4th International Conference on Computer Science and Computational Intelligence 2019, Technological Factors of Mobile Payment: A Systematic Literature Review	Marisa Karsen, Yakob Utama Chandra, Hanny Juwitasary	2019	(mobile payment OR (m-payment) OR (electronic AND payment) OR (digital AND wallet)) AND (component OR Attribute) AND ((framework AND payment) OR (framework AND digital)) / ((mobile AND payment) OR (digital AND wallet)) AND (framework OR model) AND (component OR Attribute) AND ((financial AND technology) OR (fintech AND mobile)) / ((electronic AND wallet) OR (e-wallet)) AND (framework OR model) AND (component OR Attribute) AND ((key AND factor) OR (mobile AND payment))	54 research publications on Science Direct, IEEE Xplore Digital Library, Emerald Insight, ACM Digital Library, Springer Link, Inder-science Publishers, Taylor & Francis, SAGE Journals	perceived ease to use, perceived usefulness, perceived trust, perceived social influence, perceived security
2	International Conference on Fourth Industrial Revolution, 2019, Mobile Payment Adoption : A Systematic Review of UTAUT Model	Karrar Al-Saedu, Mostafa Al-Emran, Eimand Abusham, Sahar A. EL_Rahman	2019	((“Mobile payment” OR “M-payment”) AND (“Unified Theory of Acceptance and Use of Technology” OR “UTAUT”))	25 articles published on ACM Digital Library, Emerald Insight, IEEE, SAGE, Springer, Wiley, Taylor & Francis, Science Direct, and Google Scholar	perceived risk, perceived trust, perceived security, perceived usefulness, perceived ease of use, personal innovativeness
3	2018 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI), Financial Technology Acceptance Factors of Electronic Wallet and Digital Cash in Indonesia	Muthia Nabila, Betty Purwandari, Bobby A.A. Nazief, Dony Abdul Chalid, Sigit Sulistiyo Wibowob, lis Solichah	2018	((factor OR factors OR aspect OR consideration) AND [accept OR acceptance OR accepting OR approve) AND (fintech OR fin tech OR financial technology) AND (payment OR payments OR transaction OR transactions))	10 literature reviews published on Science Direct, Scopus, Springer Link, and Proquest	ease of use, effort expectancy, social influence, trust, risk, speed, security, perception
4	Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics), 2017, Digital payments adoption: An analysis of literature	Pushp P. Patil, Yogesh K. Dwived, and Nripendra P. Rana	2017	“Digital Payment” OR “Cashless Payment” OR “Mobile Payment” OR “Adoption” OR “Acceptance” OR “Diffusion” OR “Usage” OR “Intention” OR “Success” OR “Satisfaction”	21 articles found in scopus	performance expectancy, perceived risk, perceived usefulness, perceived ease to use

# Προηγούμενες Βιβλιογραφικές Ανασκοπήσεις 1/2



Patil et al., 2017

Η αποδοτικότητα και η χρησιμότητα είναι οι πιο σημαντικοί παράγοντες στην πρόθεση χρήσης των ψηφιακών πληρωμών και πληρωμών μέσω κινητών συσκευών, ακολουθούμενη από την αντιληπτή ευκολία χρήσης. Αντιστοίχως, ο αντιληπτός κίνδυνος από την άλλη πλευρά θεωρείται ως ο πιο σημαντικός αναστολέας στην υιοθέτηση ψηφιακών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών



Nabila et al.,  
2018

Ο σημαντικότερος παράγοντας υιοθέτησης των χρηματοοικονομικών τεχνολογιών είναι η ευκολία χρήσης, με δεύτερο την ταχύτητα, όσον αφορά το ηλεκτρονικό πορτοφόλι. Στο ψηφιακό χρήμα σημαντικότερος παράγοντας εξακολουθεί να είναι η ευκολία χρήσης, με δεύτερο το κόστος - όφελος. Τα συμπεράσματα αυτά θα βοηθήσουν τις fintech να βελτιώσουν τη στρατηγική τους και το μάρκετινγκ, στοχεύοντας στην ευκολία χρήσης, στην ταχύτητα και το κόστος - όφελος

## Προηγούμενες Βιβλιογραφικές Ανασκοπήσεις 2/2

Al-Saedi et al.,  
2019

Ο αντιληπτός κίνδυνος και η εμπιστοσύνη είναι οι πιο συχνοί παράγοντες στην υιοθέτηση των πληρωμών μέσω κινητών συσκευών.

Karsen et al.,  
2019

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τους χρήστες στην υιοθέτηση των πληρωμών μέσω κινητών συσκευών, θεωρούνται η αντιληπτή ευκολία, η χρησιμότητα, η εμπιστοσύνη, ο κίνδυνος, η ασφάλεια, η κοινωνική επιρροή, η αναμενόμενη προσπάθεια και απόδοση, η συμπεριφορά, η συμβατότητα, η καινοτομία, η ιδιωτικότητα και η αντιληπτή αξία.

# Μεθοδολογία Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης

Καθορισμός  
Λέξεων και  
Κλειδιών και  
Βάσεων  
Αναζήτησης

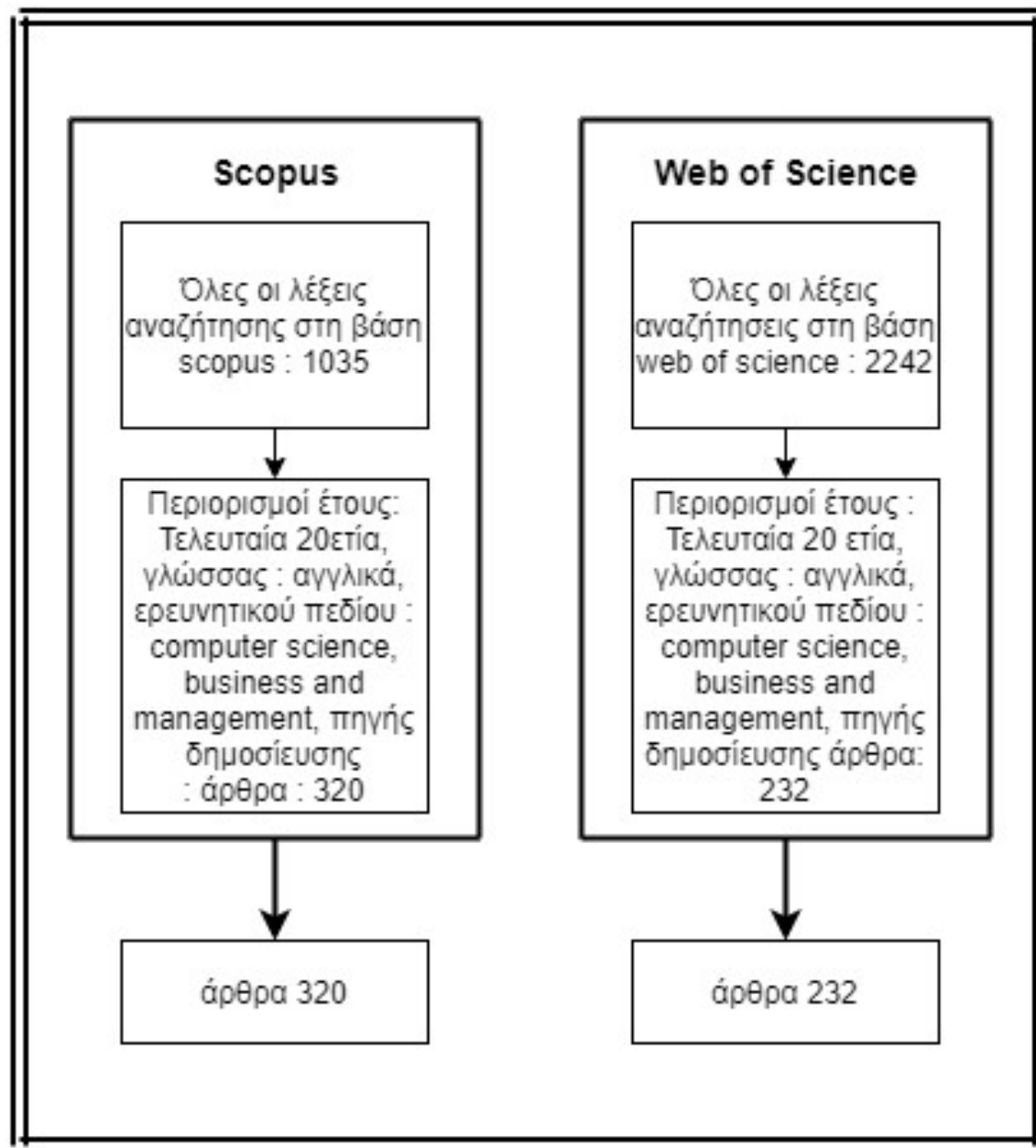
Αναζήτηση «προς  
τα εμπρός» και  
«προς τα πίσω»

Ανάλυση και  
σύνθεση  
κεντρικών ιδεών  
άρθρων

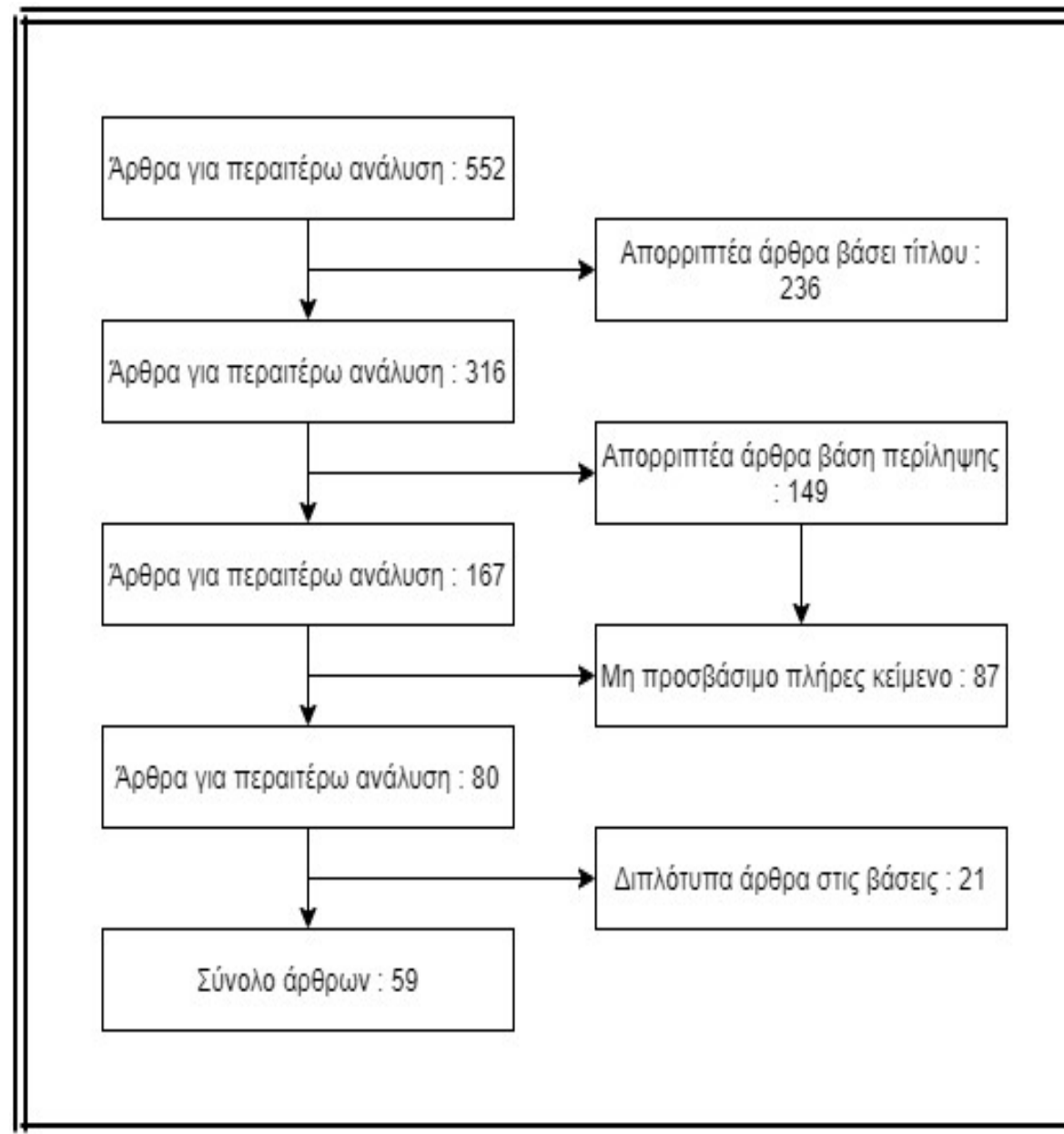
# Αναζήτηση Άρθρων

Βάση αναζήτησης	Λέξεις αναζήτησης	Κριτήρια αναζήτησης
scopus	<p>digital payment or mobile payment or m-payment or or e-wallet or electronic wallet or electronic payment and factors and acceptance or TAM or technology acceptance model</p> <hr/> <p>digital payment or mobile payment or m-payment or e-wallet or electronic wallet or electronic payment and acceptance or TAM or technology acceptance model</p> <hr/> <p>digital payment or mobile payment or m-payment or electronic payment or electronic wallet or e-wallet and fintech or financial technology and adoption or intention or accept* or usage or success or satisfaction</p>	<p>Research Years : 2010 - 2021, Subject area : Computer Science, Business, Management and Accounting, Document type : article, conference paper, book chapter, Language: English</p>
web of science	<p>digital payment or mobile payment or m-payment or or e-wallet or electronic wallet or electronic payment and factors and acceptance or TAM or technology acceptance model</p> <hr/> <p>digital payment or mobile payment or m-payment or e-wallet or electronic wallet or electronic payment and acceptance or TAM or technology acceptance model</p> <hr/> <p>digital payment or mobile payment or m-payment or electronic payment or electronic wallet or e-wallet and fintech or financial technology and adoption or intention or accept* or usage or success or satisfaction</p>	<p>Research Years : 2010 -2021, Subject area : Business Economics, Computer Science, Document type : article, conference paper, book chapter, Language : English</p>

# Κριτήρια Επιλογής Άρθρων στις Βάσεις Δεδομένων

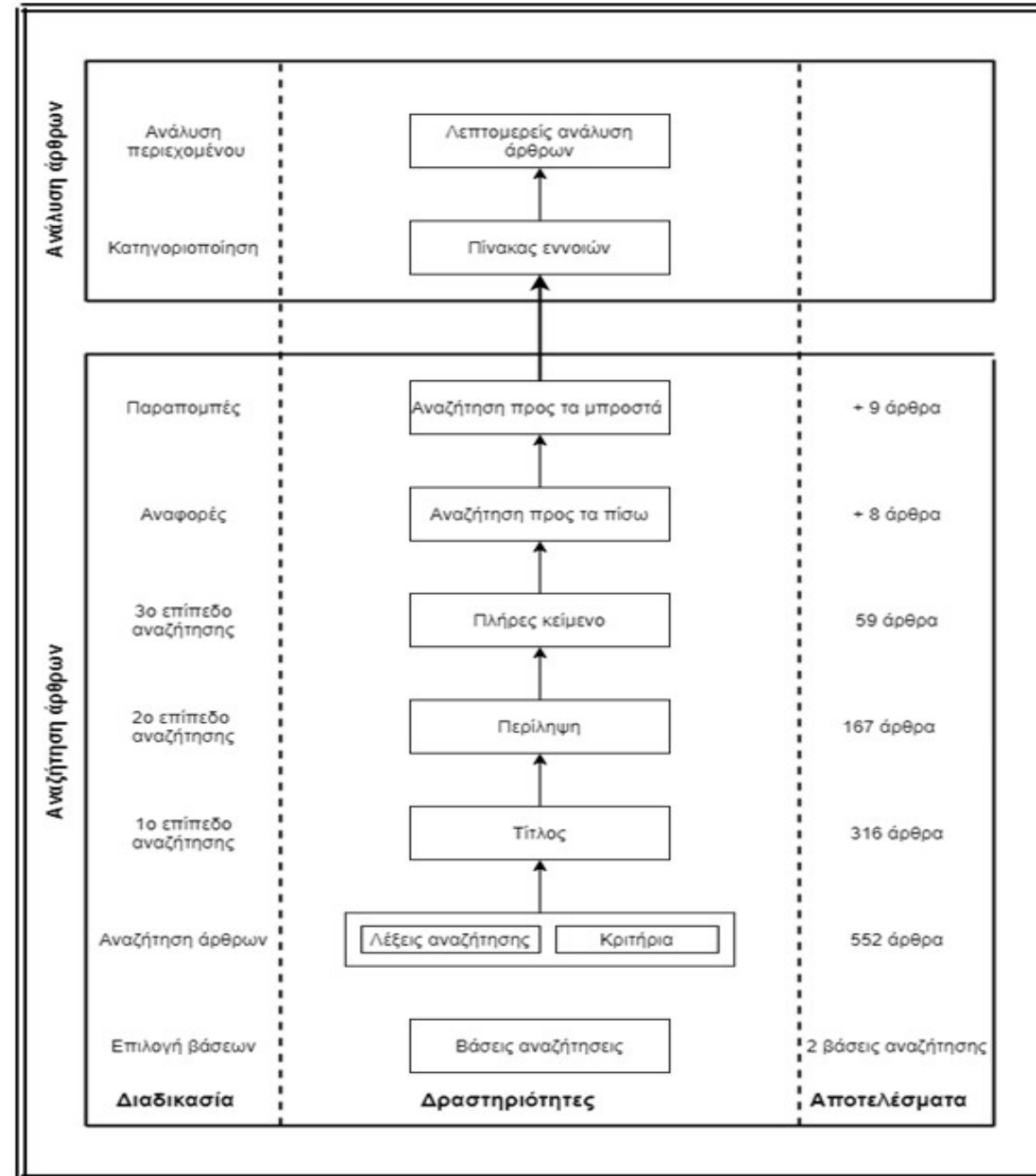


# αδικασία Επιλογής Άρθρων





# Ευλογή άρθρων και ανάλυση μεθοδολογίας



# Περιγραφή Άρθρων 1/4

A/A	Author	Title	Source	Year
1	Karim Garrouch	Does the reputation of the provider matter? A model explaining the continuance intention of mobile wallet applications	Journal of Decision Systems	2021
2	Min-Fang Wei, Yir-Hueih Luh, Yu-Hsin Huang and Yun-Cih Chang	Young Generation's Mobile Payment Adoption Behavior	Journal of theoretical and applied electronic commerce research	2021
3	Yanto RAMLI, Yuli HARWANI, Mochamad SOELTON, Swarmilah HARIANI, Fadlil USMAN, Fatchur Rohman	The Implication of Trust that Influences Customers' Intention to Use Mobile Banking	Journal of Asian Finance, Economics and Business	2021
4	Anh Tho To & Thi Hong Minh Trinh	Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment	Cogent Business & Management	2021
5	Abhipsa Pal, Tejaswini Herath, Rahul De', H. Raghav Rao	Why do people use mobile payment technologies and why would they continue? An examination and implications from India	Research Policy	2021
6	Francisco Liebana-Cabanillas, Arnold Japutra, Sebasti.an Molinillo, Nidhi Singh, Neena Sinha	Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India	Telecommunications Policy	2020
7	Nidhi Singha, Neena Sinhab, Francisco, J. Liébana-Cabanillas	Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence	International Journal of Information Management	2020
8	Lisa Schmidhubera, Daniela Mareschb, Michael Ginnerd	Disruptive technologies and abundance in the service sector - toward a refined technology acceptance model	Technological Forecasting & Social Change	2020
9	Mohammad K. Al nawayseh	FinTech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are affecting customers choice of fintech applications?	Journal of open innovation	2020
10	Nidhi Singh, Neena Sinhab	How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology	Journal of Retailing and Consumer Services	2020
11	Francisco Liébana-Cabanillas, Inmaculada García-Maroto, Francisco Muñoz-Leiva, Iviane Ramos de Luna	Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: The case of Apple Pay	sustainability	2020
12	Carlos Flavian and Miguel Guinaliu, Yuntao Lu	Mobile payments adoption - introducing mindfulness to better understand consumer behavior	International Journal of Information Management	2020
13	Ha Hoang, Tan Trinh Le	The Role of Promotion in Mobile Wallet Adoption - A Research in Vietnam	Advances in Science, Technology and Engineering Systems Journal	2020
14	Yanto Ramli, Yuli Harwani, Mochamad Soelton, Swarmilah Hariani, Fadlil Usman, Fatchur Rohman	The Implication of Trust that Influences Customers' Intention to Use Mobile Banking	Journal of Asian Finance, Economics and Business	2020
15	Pushp Patil, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, Vishnupriya Raghavan	Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta- UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust and grievance redressal	International Journal of Information Management	2020
16	PK Senyo, Ellis L.C. Osabutey	Unearthing antecedents to financial inclusion through FinTech innovations	Technovation	2020
17	Prashant Raman and Kumar Aashish	To continue or not to continue: a structural analysis of antecedents of mobile payment systems in India	International Journal of Bank Marketing	2020
18	Shubhangi Singh, Marshal M. Sahni, Raj K. Kovid	What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model	Management Decision	2020
19	Xuechun Lu, Hui Lu	Understanding Chinese Millennials' Adoption Intention Towards Third-Party Mobile Payment	Information Resources Management Journal	2020
20	Didha Bacha Moti, Nidhi Walia	The Effects Of Compatibility, Social Influence, And Perceived Ease Of Use On Perceived Usefulness Of Mobile Payment Services	International Journal of Scientific & Technology Research	2020
21	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	How Perceptions About Ease of Use and Risk Explain Intention to Use Mobile Payment Services in Pakistan? The Mediating Role of Perceived Trust	Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences	2020
22	Yusuf Opeyemi Akinwale & Adam Konto Kyari	Factors influencing attitudes and intention to adopt financial technology services among the end-users in Lagos State, Nigeria	African Journal of Science, Technology, Innovation and Development	2020
23	Kobthong Ladkoom and Bundit Thanasopon	Factors Influencing Reuse Intention of e-Payment in Thailand: A Case Study of PromptPay	Science and Technology Publications	2020
24	Kuan-Yu Lin, Yi-Ting Wang, Travis K. Huang	Exploring the antecedents of mobile payment service usage	Online Information Review	2020
25	Huu Nghi Phan, Manh Dung Tran, Van Ho Hoang and Thanh Dung Dang	Determinants influencing customers' decision to use mobile payment services: The case of Vietnam	Management Science Letters	2020

# Περιγραφή Άρθρων 2/4

A/A	Author	Title	Source	Year
26	Phuah Kit Teng, Bernard Lim Jit Heng, Siti Intan Nurdiana Wong Abdullah, Wong Tsu Ping and Xie Jing Yao	Consumer adoption of mobile payments: a distinctive analysis between China and Malaysia	Business Continuity and Risk Management	2020
27	Imran Mehboob Shaikh, Muhammad Asif Qureshi, Kamaruzaman Noordin,Junaid Mehboob Shaikh, Arman Khan and Muhammad Saeed Shahbaz	Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: an extension of technology acceptance model	Foresight	2020
28	Norulhuda Abdullah, Fauziah Redzuan, Nor Aziah Daud	E-wallet: factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities	Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science	2020
29	Rindang Widuri, Muhammad Kholil, Rara Ganish Kharisma Nurbani, Hendri	The Use of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology in the Adoption of M-Payment	International Conference on Industrial Engineering and Operations Management	2020
30	Eduardo Roque Mangini, Natali Gutierrez da Silva, Joana Rosa Cardoso de Carvalho	Virtual Banks and the perceived risk and development and effort expextancy on behavioral intention	Brazilian Journal of Marketing	2020
31	Dongyan Nan, Yerin Kim, Min Hyung Park and Jang Hyun Kim	What Motivates Users to Keep Using Social Mobile Payments?	sustainability	2020
32	Hafidz Risqiadi Putra , Sfenrianto	Analysis of Customer Satisfaction Factors on e-Commerce Payment System Methods in Indonesia	International Journal of Advanced Computer Science and Applications	2020
33	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	How Perceptions About Ease of Use and Risk Explain Intention to Use Mobile Payment Services in Pakistan? The Mediating Role of Perceived Trust	Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences	2020
34	Muftawu Dzang Alhassan, Emmanuel Awuni Kolog and Richard Boateng	Effect of gratification on user attitude and continuance use of mobile payment services: a developing country context	Journal of Systems and Information Technology	2020
35	Zoran Kalinica, Veljko Marinkovica, Sebastián Molinillo, Francisco Liébana-Cabanillas	A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction	Journal of Retailing and Consumer Services	2019
36	Joseph Kwame Adjei, Solomon Odei-Appiah and Peter Ebo Tobbin	Explaining the determinants of continual use of mobile financial services	Digital policy, Regulation and Governance	2019
37	Samer Elhajjar, Fadila Ouaida	An analysis of factors affecting mobile banking adoption	International Journal of Bank Marketing	2019
38	Deepak Chawla and Himanshu Joshi	Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India-empirical study	International Journal of Bank Marketing	2019
39	JungKun Parka, Jiseon Ahnb, Toulany Thavisaya, Tianbao Rena	Examining the role of anxiety and social influence in multi-benefits of mobile payment service	Journal of Retailing and Consumer Services	2019
40	Pooja Jain, Gaurav Agarwal	Factors affecting mobile banking adoption	The International Journal of Digital Accounting Research	2019
41	Heikki Karjaluo, Aijaz A. Shaikh, Hannu Saarijärvi, Salla Saraniemi	How perceived value drives the use of mobile financial services apps	International Journal of Information Management	2019
42	Krishna Moorthy, Loh Chun T'ing, Kwong Chea Yee, Ang Wen Huey, Lee Joe In, Poon Chyi Feng, Tan Jia Yi	What drives the adoption of mobile payment? A Malaysian perspective	John Wiley & Sons	2019
43	Ngo Trung Hoa, Luc Manh Hien, Vu Thi Phuong Lien	Studying The Factors Affecting Online Payment decision: a case of vietnamese customers	Journal of Management Information and Decision Sciences	2019
44	Shaliza Alwi, Masrina Nadia Mohd Salleh,ShazrulEkmar Abdul Razak and NorbaizuraMohd Naim	Consumer Acceptance and Adoption towards Payment-Type Fintech Services from Malaysian Perspective	International Journal of Advanced Science and Technology	2019
45	Francisco Liebana-Cabanillas, Francisco Munoz-Leiva, J Sanchez-Fernandez	A global approach to the analysis of user behavior in mobile payment systems in the new electronic environment	Service Business	2018

# Περιγραφή Άρθρων 3/4

A/A	Author	Title	Source	Year
46	Vess L. Johnson, Angelina Kiser, Ronald Washington, Russell Torres	Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on m-payment services	Computers in Human Behavior	2018
47	Se Hun Lim, Dan J. Kim, Yeon Hur, and Kunsu Park	An Empirical Study of the Impacts of Perceived Security and Knowledge on Continuos Intention to Use Mobile Fintech Payment Services	International Journal of Human-Computer Interaction	2018
48	Jungkun Park, Eklou Amendah, Younghee Lee, Hyowon Hyun	M-payment service: Interplay of perceived risk, benefit, and trust in service adoption	Wiley periodicals (wileyonlinelibrary.com/journal/hfm)	2018
49	Elizabeth D. Matemba, Guoxin Li	Consumers' willingness to adopt and use WeChat wallet: An empirical study in South Africa	Technology in Society	2018
50	Yakob Utama Chandra, Desi Maya Kristin, Joni Suhartono, Minseol Sung, Fina Shabrina Sutarto	Analysis of Determinant Factors of User Acceptance of Mobile Payment System in Indonesia	International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)	2018
51	Sharidzaly Busu, Norisan Abd Karim, Haryani Haron	Factors of Adoption Intention for Near Field Communication Mobile Payment	Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science	2018
52	Amerah Abdulrazzaq, Maan Aljawder	Investigating the Impact of Contactless Payment Technologies on the Students' adoption at the University of Bahrain	International Conference on Innovation and Intelligence for Informatics, Computing, and Technologies	2018
53	Iviane Ramos de Luna , Francisco Liébana-Cabanillas, Juan Sánchez-Fernández , Francisco Muñoz-Leiva	Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied	Technological Forecasting & Social Change	2018
54	Trianggoro Wiradinata	Mobile Payment Services Adoption: The Role of Perceived Technology Risk	2018 International Conference on Orange Technologies	2018
55	Michael D. Williams	Social commerce and the mobile platform: Payment and security perceptions of potential users	Computers in Human Behavior	2018
56	Yali Zhang ,Jun Sun , Zhaojun Yang and Ying Wang	What Makes People Actually Embrace or Shun Mobile Payment: A Cross-Culture Study	Mobile Information Systems	2018
57	Richa Priya, Aradhana Vikas Gandhi, Ateeque Shaikh	Mobile banking adoption in an emerging economy	Benchmarking: An International Journal	2018
58	Maryam Barkhordari, Zahra Nourollah, Hoda Mashayekhi, Yoosof Mashayekhi, Mohammad S. Ahangar	Factors influencing adoption of e-payment systems: an empirical study on Iranian customers	e-Bus Manage	2017
59	Francisco Liébana-Cabanillas, Iviane Ramos de Luna & Francisco MontoroRios	Intention to use new mobile payment systems: a comparative analysis of SMS and NFC payments	Economic Research-Ekonomska Istraživanja	2017
60	Bayu Kelana, Anggar Riskinanto, Deliar Rifda Hilamawan	The Acceptance of E-Payment among Indonesian Millennials	International Conference on Sustainable Information Engineering and Technology	2017
61	Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos	Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology	Computers in Human Behavior	2016
62	Iviane Ramos de Luna, Francisco Montoro-Rios, Francisco Liébana-Cabanillas, João Gil de Luna	NFC technology acceptance for mobile payments: A Brazilian Perspective	REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS- Review of Business Management	2016
63	Debajyoti Pal, Vajirasak Vanijja, Borworn Papasratorn	An Empirical Analysis towards the Adoption of NFC Mobile Payment System by the End User	Procedia Computer Science	2015
64	Chanchai Phonthanukitithaworn, Carmine Sellitto and Michelle W.L. Fong	An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand	Asia-Pacific Journal of Business Administration	2015
65	Kawaljeet Kaur Kapoor & Yogesh K. Dwivedi & Michael D. Williams	Examining the role of three sets of innovation attributes for determining adoption of the interbank mobile payment	Springer Science and Business Media New York	2015

# Περιγραφή Άρθρων 4/4

Sl. No.	Author	Title	Source	Year
66	Rakhi Thakur, Mala Srivastava	Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India	Internet Research	2014
67	Shaw, N	The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet	Journal of Retailing and Consumer Services	2014
68	Wendy Ming-Yen Teoh, Siong Choy Chong, Binshan Lin, Jiat Wei Chua	Factors affecting consumers' perception of electronic payment:	Internet Research	2013
69	Rakhi Thakur, Mala Srivastava	Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study	Journal of Indian Business Research	2013
70	Junying Zhong, Amandeep Dhir, Marko Nieminen, Matti Hämäläinen, Juha Laine	Exploring Consumer Adoption of Mobile Payments in China	International Conference on Making Sense of Converging Media	2013
71	Donald L. Amoroso and Rémy Magnier-Watanabe	Building a Research Model for Mobile Wallet Consumer Adoption: The Case of Mobile Suica in Japan	Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research	2012
72	Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X.	Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology	MIS quarterly	2012
73	Zhou, T.	The effect of initial trust on user adoption of mobile payment	Information Development	2011
74	Changsu Kim, Wang Tao, Namchul Shin, Ki-Soo Kim	An empirical study of customers' perceptions of security and trust in e-payment systems	Electronic Commerce Research and Applications	2010
75	Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W	Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis	Electronic commerce research and applications	2010
76	Fang He, Peter P. Mykytyn	decision factors for the adoption of an online Payment system by customers	International Journal of E-Business Research	2007

# Σύνθεση Άρθρων 1/5

#/A	Author	Year	Method	ease to use	risk	usefulness	intention to use	trust	social influence	security	attitude	recommend to use	compatibility	financial cost	satisfaction	innovativeness
1	Min-Fang Wei, Yir-Hueih Luh, Yu-Hsin Huang and Yun-Cih Chang	2021	survey	x	x	x	x		x		x					
2	Yanto RAMLI, Yuli HARWANI, Mochamad SOELTON, Swarmilah HARIANI, Fadlil USMAN, Fatchur Rohman	2021	survey	x		x	x	x								
3	Anh Tho To & Thi Hong Minh Trinh	2021	survey	x		x	x	x			x					
4	Abhipsa Pal, Tejaswini Herath, Rahul De', H. Raghav Rao	2021	survey		x		x			x						
5	Francisco Liebana-Cabanillas, Arnold Japutra, Sebasti.an Molinillo, Nidhi Singh, Neena Sinha	2020	survey	x	x	x		x		x					x	x
6	Nidhi Singha, Neena Sinhab, Francisco, J. Liébana-Cabanillas	2020	survey	x	x	x			x	x	x	x			x	x
7	Lisa Schmidhubera, Daniela Mareschb, Michael Ginncrd	2020	survey	x	x	x	x		x	x			x	x		x
8	Karim Garrouch	2020	survey	x		x		x		x						
9	Mohammad K. Al nawayseh	2020	survey		x			x	x							
10	Nidhi Singh, Neena Sinhab	2020	survey			x	x	x		x			x	x		
11	Francisco Liébana-Cabanillas, Inmaculada García-Maroto, Francisco Muñoz-Leiva, Iviane Ramos de Luna	2020	survey		x	x	x									x
12	Carlos Flavian and Miguel Guinaliu, Yuntao Lu	2020	survey	x		x	x				x					
13	Ha Hoang, Tan Trinh Le	2020	survey	x		x	x		x							
14	Yanto Ramli, Yuli Harwani, Mochamad Soelton, Swarmilah Hariani, Fadlil Usman, Fatchur Rohman	2020	survey	x		x	x	x								
15	Pushp Patil, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, Vishnupriya Raghavan	2020	survey	x		x		x	x		x					x
16	PK Senyo, Ellis L.C. Osabutey	2020	survey		x		x	x	x		x			x		
17	Prashant Raman and Kumar Aashish	2020	survey		x			x	x		x				x	
18	Shubhangi Singh, Marshal M. Sahni, Raj K. Kovid	2020	survey	x		x	x		x	x	x					
19	Xuechun Lu, Hui Lu	2020	survey	x	x	x	x		x		x		x			x
20	Didha Bacha Moti, Nidhi Walia	2020	survey			x			x				x			

# Σύνθεση Άρθρων 2/5

A/A	Author	Year	Method	ease to use	risk	usefulness	intention to use	trust	social influence	security	attitude	recommend to use	compatibility	financial cost	satisfaction	innovativeness
21	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	2020	survey	x	x		x	x								
22	Yusuf Opeyemi Akinwale & Adam Konto Kyari	2020	survey	x		x	x	x	x		x					
23	Kobthong Ladkoom and Bundit Thanasopon	2020	survey		x	x	x	x	x						x	
24	Kuan-Yu Lin, Yi-Ting Wang, Travis K. Huang	2020	survey		x		x		x				x			
25	Huu Nghi Phan, Manh Dung Tran, Van Ho Hoang and Thanh Dung Dang	2020	survey	x			x		x	x	x					
26	Phuah Kit Teng, Bernard Lim Jit Heng, Siti Intan Nurdiana Wong Abdullah, Wong Tsu Ping and Xie Jing Yao	2020	survey	x		x	x			x	x					
27	Imran Mehboob Shaikh, Muhammad Asif Qureshi, Kamaruzaman Noordin, Junaïd Mehboob Shaikh, Arman Khan and Muhammad Saeed Shahbaz	2020	survey	x	x		x									x
28	Norulhuda Abdullah, Fauziah Redzuan, Nor Aziah Daud	2020	survey				x	x	x	x						
29	Rindang Widuri, Muhammad Kholil, Rara Ganish Kharisma Nurbani, Hendri	2020	survey	x		x	x		x		x					
30	Eduardo Roque Mangini, Natali Gutierrez da Silva, Joana Rosa Cardoso de Carvalho	2020	survey	x	x	x	x		x		x					
31	Dongyan Nan, Yerim Kim, Min Hyung Park and Jang Hyun Kim	2020	survey	x		x	x			x					x	
32	Hafidz Risqiadi Putra , Sfenrianto	2020	survey				x			x					x	
33	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	2020	survey	x	x		x	x								
34	Muftawu Dzang Alhassan, Emmanuel Awuni Kolog and Richard Boateng	2020	survey	x		x	x									
35	Zoran Kalinica, Veljko Marinkovica, Sebastián Molinillo, Francisco Liébana-Cabanillasc	2019	survey		x	x		x		x	x				x	x

# Σύνθεση Άρθρων 3/5

A/A	Author	Year	Method	ease to use	risk	usefulness	intention to use	trust	social influence	security	attitude	recommend to use	compatibility	financial cost	satisfaction	innovativeness
36	Joseph Kwame Adjei, Solomon Odei-Appiah and Peter Ebo Tobbin	2019	survey	x		x	x									
37	Samer Elhajjar, Fadila Ouaida	2019	survey	x	x	x	x			x	x					x
38	Deepak Chawla and Himanshu Joshi	2019	survey	x	x	x	x	x		x	x		x			
39	JungKun Parka, Jiseon Ahnb, Toulany Thavisaya, Tianbao Rena	2019	survey		x		x		x	x	x					
40	Pooja Jain, Gaurav Agarwal	2019	survey			x	x	x			x			x		
41	Heikki Karjaluo, Aijaz A. Shaikh, Hannu Saarijärvi, Salla Saraniemi	2019	survey		x										x	x
42	Krishna Moorthy, Loh Chun T'ing, Kwong Chea Yee, Ang Wen Huey, Lee Joe In, Poon Chyi Feng, Tan Jia Yi	2019	survey						x	x	x					
43	Ngo Trung Hoa, Luc Manh Hien, Vu Thi Phuong Lien	2019	survey		x				x		x					
44	Shaliza Alwi, Masrina Nadia Mohd Salleh, ShazrulEkmar Abdul Razak and NorbaizuraMohd Naim	2019	survey	x		x	x	x	x		x					
45	Francisco Liebana-Cabanillas, Francisco Munoz-Leiva, J Sanchez-Fernandez	2018	survey	x	x	x	x	x	x	x	x					
46	Vess L. Johnson, Angelina Kiser, Ronald Washington, Russell Torres	2018	survey	x	x					x						
47	Se Hun Lim, Dan J. Kim, Yeon Hur, and Kunsu Park	2018	survey	x	x	x	x			x					x	
48	Jungkun Park, Eklou Amendah, Younghee Lee, Hyowon Hyun	2018	survey		x		x	x								
49	Elizabeth D. Matemba, Guoxin Li	2018	survey	x		x		x		x	x					
50	Yakob Utama Chandra, Desi Maya Kristin, Joni Suhartono, Minseol Sung, Fina Shabrina Sutarto	2018	survey	x	x	x	x	x			x					



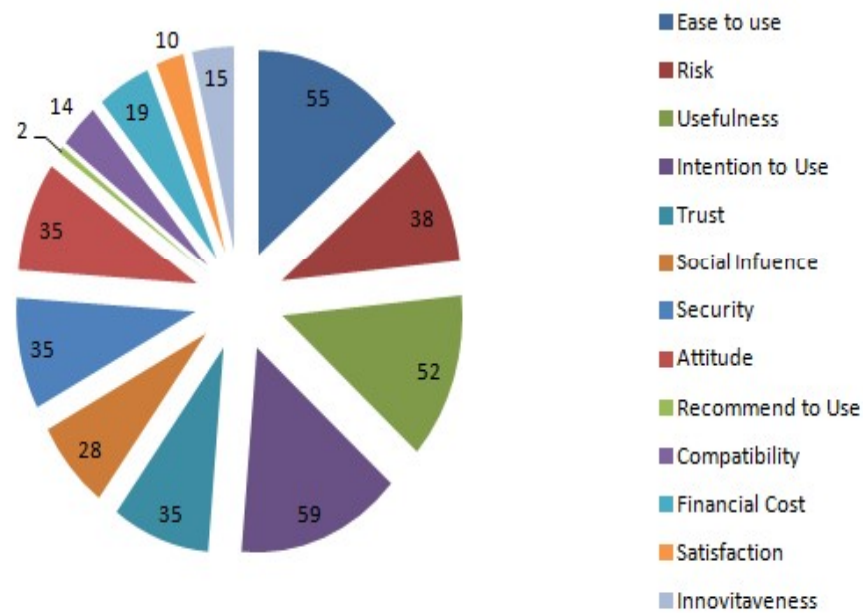
# Σύνθεση Άρθρων 4/5

A/A	Author	Year	Method	ease to use	risk	usefulness	intention to use	trust	social influence	security	attitude	recommend to use	compatibility	financial cost	satisfaction	innovativeness
51	Sharidzaly Busu, Norisan Abd Karim, Haryani Haron	2018	survey	x		x	x	x					x	x		x
52	Amerah Abdulrazzaq, Maan Aljawder	2018	survey	x		x	x	x		x						
53	Iviane Ramos de Luna , Francisco Liébana-Cabanillas, Juan Sánchez-Fernández , Francisco Muñoz-Leiva	2018	survey	x		x	x			x	x					
54	Trianggoro Wiradinata	2018	survey	x	x	x	x									
55	Michael D. Williams	2018	survey	x	x	x	x	x								x
56	Yali Zhang ,Jun Sun , Zhaojun Yang and Ying Wang	2018	survey	x	x	x	x				x					x
57	Richa Priya, Aradhana Vikas Gandhi, Ateeque Shaikh	2018	survey	x	x	x					x				x	
58	Maryam Barkhordari, Zahra Nouroollah, Hoda Mashayekhi, Yoosof Mashayekhi, Mohammad S. Ahangar	2017	survey	x		x	x	x		x						
59	Francisco Liébana-Cabanillas, Iviane Ramos de Luna & Francisco MontoroRios	2017	survey	x		x	x			x	x					
60	Bayu Kelana, Anggar Riskinanto, Deliar Rifda Hilamawan	2017	survey	x		x					x					
61	Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos	2016	survey				x		x	x		x	x			x
62	Iviane Ramos de Luna, Francisco Montoro-Rios Francisco Liébana-Cabanillas, João Gil de Luna	2016	survey	x		x	x			x	x		x			
63	Debajyoti Pal, Vajirasak Vanijja, Borworn Papasratorn	2015	survey	x	x	x	x						x			
64	Chanchai Phonthanukitithaworn, Carmine Sellitto and Michelle W.L. Fong	2015	survey	x	x	x	x	x					x	x		
65	Kawaljeet Kaur Kapoor & Yogesh K. Dwivedi & Michael D. Williams	2015	survey		x				x		x		x	x		

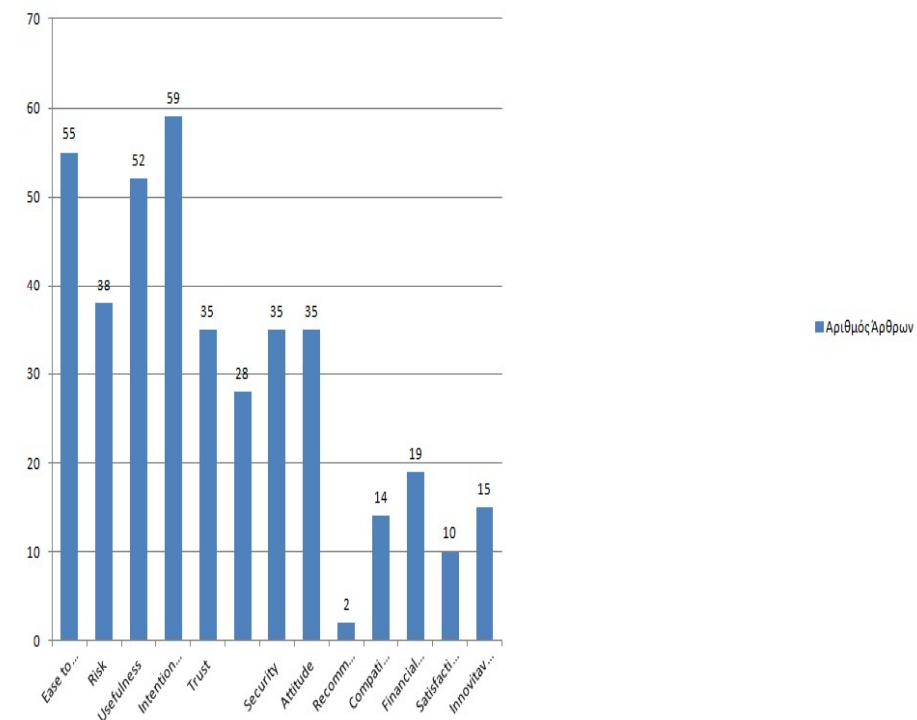
## Σύνθεση Άρθρων 5/5

[illegible]

Αριθμός άρθρων ανά έννοια



Αριθμός άρθρων ανά έννοια



# Εμπειρική Έρευνα 1/4

				Research Analysis			
A/A	Author	Year	Method	Segment	Sample	Country	Data Analysis
1	Min-Fang Wei, Yir-Hueih Luh, Yu-Hsin Huang and Yun-Cih Chang	2021	questionnaire	young generations (Y and Z)	295 (generations X and Z)	Taiwan	Extended UTAUT Model
2	Yanto RAMLI, Yuli HARWANI, Mochamad SOELTON, Swarmilah HARIANI, Fadlil USMAN, Fatchur Rohman	2021	questionnaire	Mega Mobile banking	30 customers of Mega Mobile banking	Indonesia	AVE
3	Anh Tho To & Thi Hong Minh Trinh	2021	questionnaire	individuals (young)	332 mobile users	Vietnam	TAM - SEM
4	Abhipsa Pal, Tejaswini Herath, Rahul De' , H. Raghav Rao	2021	questionnaire	marketplaces and crowded locations	551 smartphone users	India	SmartPLS
5	Francisco Liebana-Cabanillas, Arnold Japutra, Sebastian Molinillo, Nidhi Singh, Neena Sinha	2020	questionnaire	shopping malls, colleges, residential societies, localities, government offices, commercial places, banks	70 (individuals)	India	structural equation modelling (SEM)
6	Nidhi Singha, Neena Sinhab, Francisco, J. Liébana-Cabanillas	2020	questionnaire	people from all over India from varied cultural, education and religious backgrounds	206 (users of India)	India	The technology acceptance model (TAM), Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT), Exploratory Factor Analysis (EFA), structural equation modelling (SEM)
7	Lisa Schmidhubera, Daniela Mareschb, Michael Ginnerd	2020	questionnaire	Austrian market research institute	670 (Austrian market consumers)	Austria	moderated linear regression
8	Karim Garrouch	2020	questionnaire	professionals from different companies and relationship network	382 (business executives)	Saudi Arabia	structural equation modelling (SEM)
9	Mohammad K. Al nawayseh	2020	questionnaire	fintech users	500 (fintech users)	Jordan	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
10	Nidhi Singh, Neena Sinhab	2020	questionnaire	merchants	315 (merchants)	India	Exploratory Factor Analysis (EFA)
11	Francisco Liébana-Cabanillas, Inmaculada García-Maroto, Francisco Muñoz-Leiva, Iviane Ramos de Luna	2020	questionnaire	Apple Pay users (through LinkedIn and Facebook)	539 (Apple Pay users)	Spain	SPSS and AMOS
12	Carlos Flavian and Miguel Guinaliu, Yuntao Lu	2020	questionnaire	practitioners and a pair of independent researchers	794 (practitioners)	US and Spain	structural equation modelling (SEM)
13	Ha Hoang, Tan Trinh Le	2020	questionnaire	young people in Da Nang	315 (young people)	Vietnam	structural equation modelling (SEM)
14	Yanto Ramli, Yuli Harwani, Mochamad Soelton, Swarmilah Hariani, Fadlil Usman, Fatchur Rohman	2020	questionnaire	commercial banking customers	30	Indonesia	Partial Least Square (PLS)
15	Pushp Patil, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, Vishnupriya Raghavan	2020	questionnaire	consumers	491 consumers	India	The technology acceptance model (TAM), Unified theory of acceptance and use of technology (meta-UTAUT)
16	PK Senyo, Ellis L.C. Osabutey	2020	questionnaire	consumers	294 consumers	Guana	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
17	Prashant Raman and Kumar Aashish	2020	questionnaire	consumers	612 consumers	India	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
18	Shubhangi Singh, Marshal M. Sahni, Raj K. Kovid	2020	questionnaire	domain experts of fintech	439 internet users	India	The technology acceptance model (TAM), Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)
19	Xuechun Lu, Hui Lu	2020	questionnaire	Shanghai Songjiang, University Cluster	380 millenians	China	The technology acceptance model (TAM) and SPSS
20	Didha Bacha Moti, Nidhi Walia	2020	questionnaire	M-Birr and HelloCash mobile payment services	406 mobile payment services users	Ethiopia	AMOS and structural equation modelling (SEM)

# Εμπειρική Έρευνα 2/4

				Research Analysis			
A/A	Author	Year	Method	Segment	Sample	Country	Data Analysis
21	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	2020	questionnaire	financial institutions	320 smartphone users	Pakistan	SPSS (standard deviation, reliabilities, and Pearson's Correlations coefficient)
22	Yusuf Opeyemi Akinwale & Adam Konto Kyari	2020	questionnaire	Fintech services	467 end users of Fintech services	Nigeria	structural equation modelling (SEM)
23	Kobthong Ladkoom and Bundit Thanasopon	2020	questionnaire	reuse intention of online transactions	100 PromptPay users	Thailand	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
24	Kuan-Yu Lin, Yi-Ting Wang, Travis K. Huang	2020	questionnaire	mobile payment services	302 smartphone users	Taiwan	structural equation modelling (SEM)
25	Huu Nghi Phan, Manh Dung Tran, Van Ho Hoang and Thanh Dung Dang	2020	questionnaire	payment services	96 Vietnamese consumers	Vietnam	SPSS
26	Phuah Kit Teng, Bernard Lim Jit Heng, Siti Intan Nurdiana Wong Abdullah, Wong Tsu Ping and Xie Jing Yao	2020	questionnaire	mobile payment services	384 customers of China and 384 customers of Malaysia	China and Malaysia	The technology acceptance model (TAM) and Technology Readiness Assessment (TR)
27	Imran Mehboob Shaikh, Muhammad Asif Qureshi, Kamaruzaman Noordin,Junaid Mehboob Shaikh, Arman Khan and Muhammad Saeed Shahbaz	2020	questionnaire	Islamic bank (Fintech)	205 bank users	Malaysia	structural equation modelling (SEM)
28	Norulhuda Abdullah, Fauziah Redzuan, Nor Aziah Daud	2020	questionnaire	public universities	400 (200 students and 200 employees)	Malaysia	SPSS
29	Rindang Widuri, Muhammad Kholil, Rara Ganish Kharisma Nurbani, Hendri	2020	questionnaire	individuals	102 m payment users	Indonesia	Multiple linear regression analysis techniques
30	Eduardo Roque Mangini, Natali Gutierrez da Silva, Joana Rosa Cardoso de Carvalho	2020	questionnaire	Brazilian private bank branches	271 customers	Brazil	SEM
31	Dongyan Nan, Yerin Kim, Min Hyung Park and Jang Hyun Kim	2020	questionnaire	fintech users	205 Kakao pay users	South Korea	SEM
32	Hafidz Risqiadi Putra , Sfenrianto	2020	questionnaire	Internet Service Providers	425 internet users	Indonesia	SEM
33	Talat Islam, Zeshan Ahmer, Ch. Muhammad Salman Abid, Saif-Ur-Rehman	2020	questionnaire	individuals	286 smartphone users	Pakistan	standard deviation, reliabilities, and Pearson's Correlations coefficient
34	Muftawu Dzang Alhassan, Emmanuel Awuni Kolog and Richard Boateng	2020	questionnaire	individuals	361 users of mobile payment services	Guana	PLS-SEM
35	Zoran Kalinica, Veljko Marinkovica, Sebastián Molinillo, Francisco Liébana-Cabanillas	2019	questionnaire	banking and financial institutions	701	Spain	confirmatory factor analysis (CFA), structural equation modelling (SEM) and artificial neural network (ANN)
36	Joseph Kwame Adjei, Solomon Odei-Appiah and Peter Ebo Tobbin	2019	questionnaire	banks and mobile money agent retail outlets	342	Ghana	structural equation modelling (SEM)
37	Samer Elhajjar, Fadila Ouaida	2019	questionnaire	banking customers	320 banking customers	Lebanon	structural equation modelling (SEM)
38	Deepak Chawla and Himanshu Joshi	2019	questionnaire	students and working professionals	744 students and employess	India	The technology acceptance model (TAM), Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)
39	JungKun Parka, Jiseon Ahnb, Toulany Thavisaya, Tianbao Rena	2019	questionnaire	internet users	361 internet users	US	structural equation modelling (SEM)
40	Pooja Jain, Gaurav Agarwal	2019	questionnaire	students Gwalior region	292 studens	India	Analysis of variance (ANOVA)

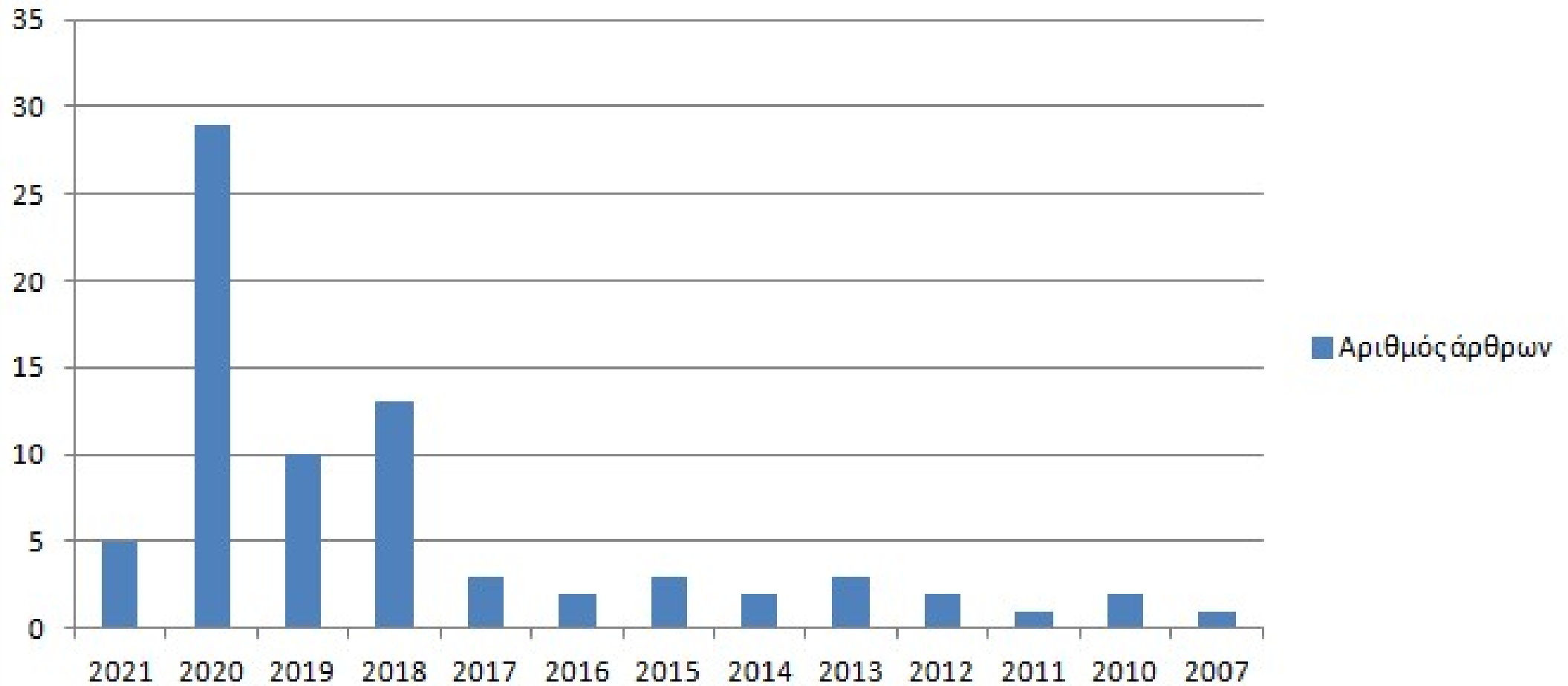
# Εμπειρική Έρευνα 3/4

				Research Analysis			
A/A	Author	Year	Method	Segment	Sample	Country	Data Analysis
41	Heikki Karjaluoto, Aijaz A. Shaikh, Hannu Saarijärvi, Saila Saraniemi	2019	questionnaire	mobile financial services apps users	1526 financial app users	Finland	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
42	Krishna Moorthy, Loh Chun T'ing, Kwong Chea Yee, Ang Wen Huey, Lee Joe In, Poon Chyi Feng, Tan Jia Yi	2019	questionnaire	shopping malls	225 working adults	Maylasia	Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT), multiple linear regression (MLR)
43	Ngo Trung Hoa, Luc Manh Hien, Vu Thi Phuong Lien	2019	questionnaire	enterprises and online marketing	450 Vietnamese customers	Vietnam	Exploratory Factor Analysis (EFA) - Structural Equation Modelling (SEM)
44	Shaliza Alwi, Masrina Nadia Mohd Salleh, Shazrul Ekmar Abdul Razak and Norbaizura Mohd Naim	2019	questionnaire	Fintech services	250 mobile users	Malaysia	Technology Acceptance Model (TAM) and Diffusion of Technology (DT)
45	Francisco Liebana-Cabanillas, Francisco Munoz-Leiva, J Sanchez-Fernandez	2018	questionnaire	financial institutions, telephone operators, etc.	2012	Western Societies	The technology acceptance model (TAM), theory of reasoned action (TRA) model
46	Vess L. Johnson, Angelina Kiser, Ronald Washington, Russell Torres	2018	questionnaire	Apple, Google, and Paypal	270 users of Apple, Google and Paypal	US	SPSS and SmartPLS
47	Se Hun Lim, Dan J. Kim, Yeon Hur, and Kunsu Park	2018	questionnaire	college students and staff members - Fintech services	149 students and educational employees	US	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
48	Jungkun Park, Eklou Amendah, Younghee Lee, Hyowon Hyun	2018	questionnaire	potential m payment users	457 potential m payment users	US	structural equation modelling (SEM)
49	Elizabeth D. Matemba, Guoxin Li	2018	questionnaire	P2P services	212 users of WeChat	South Africa	structural equation modelling (SEM)
50	Yakob Utama Chandra, Desi Maya Kristin, Joni Suhartono, Minseol Sung, Fina Shabrina Sutarto	2018	questionnaire	Online transport	284 Gopay users	Indonesia	structural equation modeling techniques (SEM-PLS)
51	Sharidzaly Busu, Norisan Abd Karim, Haryani Haron	2018	questionnaire	university	153 master and degree students	Maylasia	TAM and SPSS
52	Amerah Abdulrazzaq, Maan Aljawder	2018	questionnaire	university	675 students	Indonesia	TAM and SPSS
53	Iviane Ramos de Luna, Francisco Liébana-Cabanillas, Juan Sánchez-Fernández, Francisco Muñoz-Leiva	2018	questionnaire	individuals who watched video on mobile payments	287 customers	Spain	SPSS and AMOS
54	Trianggoro Wiradinata	2018	questionnaire	merchants	127 managers	Indonesia	SEM - PLS
55	Michael D. Williams	2018	questionnaire	professional community	310 individuals	UK	SEM - PLS
56	Yali Zhang, Jun Sun, Zhaojun Yang and Ying Wang	2018	questionnaire	smartphone technology	298 mobile payment users (162 και 136)	China and USA	TAM
57	Richa Priya, Aradhana Vikas Gandhi, Ateeque Shaikh	2018	questionnaire	management institute	269 Indian young consumers	India	ANOVA
58	Maryam Barkhordari, Zahra Nourollah, Hoda Mashayekhi, Yoosof Mashayekhi, Mohammad S. Ahangar	2017	questionnaire	e payments service providers	246 users	Iran	structural equation modelling (SEM)
59	Francisco Liébana-Cabanillas, Iviane Ramos de Luna & Francisco Montoro Ríos	2017	questionnaire	individuals	287 individuals	Brazil	structural equation modelling (SEM)
60	Bayu Kelana, Anggar Riskinanto, Deliar Rifda Hilamawan	2017	questionnaire	Paytren	215 e payment users	Indonesia	PLS

# Εμπειρική Έρευνα 4/4

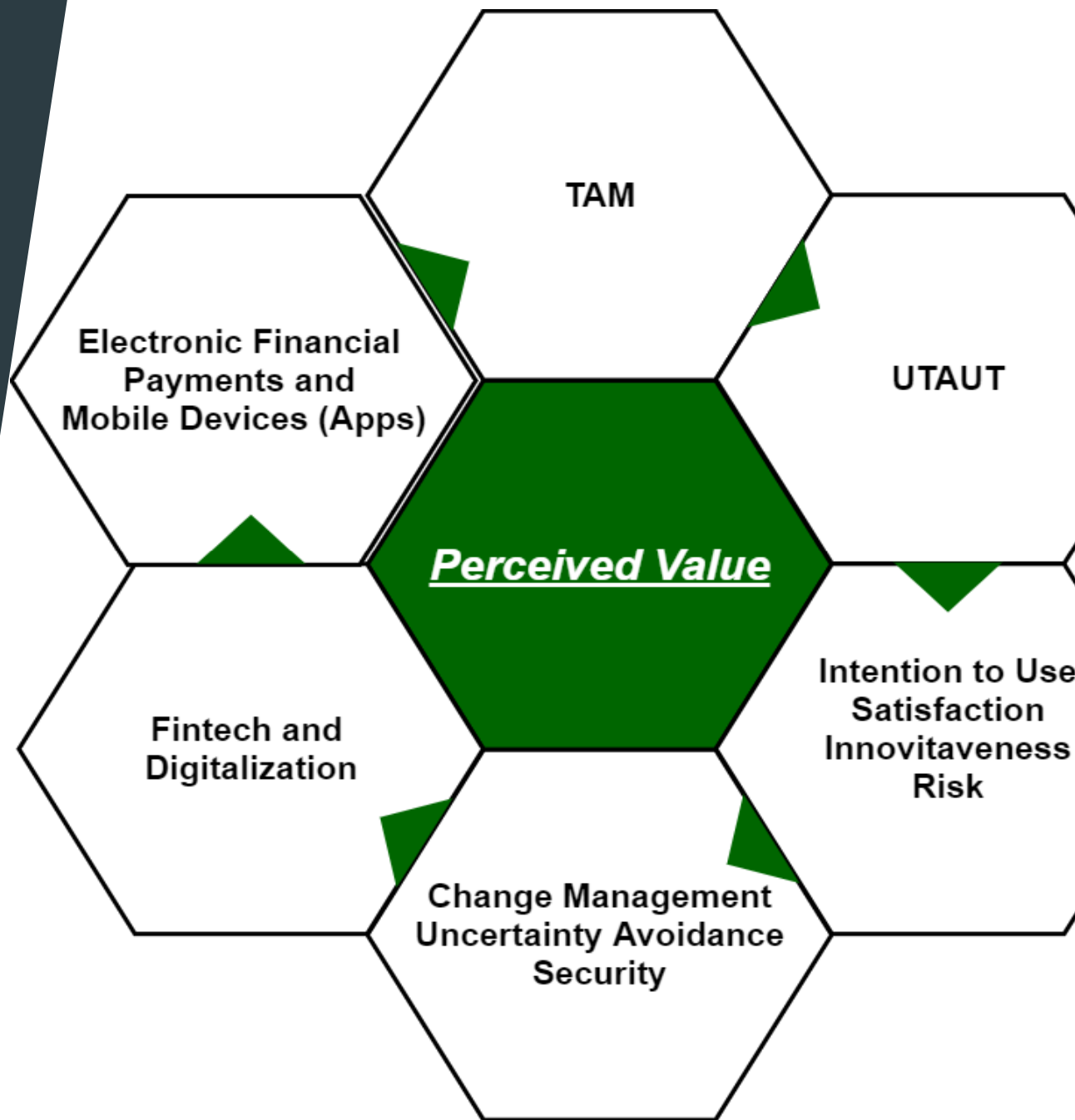
				Research Analysis			
A/A	Author	Year	Method	Segment	Sample	Country	Data Analysis
61	Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos	2016	questionnaire	Universities in Portugal	789 students and alumni	Portugal	structural equation modelling (SEM)
62	Iviane Ramos de Luna, Francisco Montoro-Ríos Francisco Liébana-Cabanillas, João Gil de Luna	2016	questionnaire	individuals	423 mobile users	Brazil	structural equation modelling (SEM)
63	Debajyoti Pal, Vajirasak Vanijja, Borworn Papasratorn	2015	questionnaire	shopping malls and personal interviews	270 smartphone users	Thailand	SPSS
64	Chanchai Phonthanukitithaworn, Carmine Sellitto and Michelle W.L. Fong	2015	questionnaire	mobile phone shops	529 mobile phone users	Thailand	AMOS
65	Kawaljeet Kaur Kapoor & Yogesh K. Dwivedi & Michael D. Williams	2015	questionnaire	India citizens	330 users of IMPS application	India	SPSS
66	Rakhi Thakur, Mala Srivastava	2014	questionnaire	mobile payment services	774 graduates	India	The technology acceptance model (TAM), Uni
67	Shaw, N	2014	questionnaire	canadian university	284 retailers	Canada	theory of acceptance and use of technology (UT PLS
68	Wendy Ming-Yen Teoh, Siong Choy Chong, Binshan Lin, Jiat Wei Chua	2013	questionnaire	e payments	200 customers	Maylasia	correlation coefficient, Variation Inflation Factor
69	Rakhi Thakur, Mala Srivastava	2013	questionnaire	banking customers and mobile phone customers	292 mail respondents	India	structural equation modelling (SEM)
70	Junying Zhong, Amandeep Dhir, Marko Nieminen, Matti Hämäläinen, Juha Laine	2013	questionnaire	voluntaries	365 Chinese respondents	China	structural equation modelling (SEM)
71	Donald L. Amoroso and Rémy Magnier-Watanabe	2012	questionnaire	individuals	1098 owners of contactless cards	Japan	UTAUT
72	Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X.	2012	questionnaire	mobile internet technology	1512 consumers use of mobile Internet technology	Hong Kong	PLS
73	Zhou, T.	2011	questionnaire	China Mobile and China Unicom	277 mobile users with mobile payment experience	China	SEM
74	Changsu Kim, Wang Tao, Namchul Shin, Ki-Soo Kim	2010	questionnaire	e- payment systems	219 users	Korea	structural equation modelling (SEM)
75	Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W	2010	questionnaire	Germans	1447 Germans	Germany	SEM
76	Fang He, Peter P. Mykytyn	2007	questionnaire	University	148 students and faculty members	US	regression analysis

## Αριθμός άρθρων ανά έτος





**Βασικές έννοιες  
που  
ενισχύουν  
την  
Αντιληπτή  
Αξία**



# Βασικές έννοιες που ενισχύουν την Αντιληπτή Αξία 1/1

Αντιληπτή αξία θεωρείται ο παράγοντας ο οποίος ωθεί ένα άτομο να κάνει τη χρήση μίας υπηρεσίας ή προϊόντος. Σε προηγούμενες έρευνες η αντιληπτή αξία εμφανίζει δύο διαστάσεις, την ωφελιμιστική και την ηδονική (Karjaluoto et al., 2019).

Οι βασικές έννοιες που συνδέονται με την αντιληπτή αξία είναι:

Οι ηλεκτρονικές πληρωμές παρουσιάζουν μεγάλη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια με την ολοένα αυξανόμενη χρήση του internet (Seetharaman & Raj, 2009).

TAM : η πρόθεση των χρηστών να υιοθετήσουν μία τεχνολογία συνδέεται με δύο παράγοντες *την ευκολία και την χρησιμότητα* (Singh et al., 2020).

# Βασικές έννοιες που ενισχύουν την Αντιληπτή Αξία 2/2

**UTAUT2 :** Η UTAUT συνδέεται με το προσδόκιμο της απόδοσης (αξιοποίηση αντίληψης), το προσδόκιμο της προσπάθειας (εκπαίδευση, ευκολία), την κοινωνική επιρροή (στήριξη από οικείους, βοήθεια χρήσης), τις συνθήκες ευκολίας (συμβατότητα), τη συμπεριφορική πρόθεση χρήσης και δημογραφικά στοιχεία όπως ηλικία, γένος κα (Chao, 2019; Puspitasari et al., 2019).

**Διαχείριση αλλαγής:** Η διαχείριση της αλλαγής είναι απαραίτητη προϋπόθεση της αποδοχής οποιασδήποτε καινοτομίας και διαφορετικότητας (Shaikh et al., 2020; R. Thakur & Srivastava, 2014).

**Security :** Η ασφάλεια παίζει καθοριστικό ρόλο σε όλους τους τομείς των ανθρώπινων δραστηριοτήτων, πολύ παραπάνω όταν αυτή έχει σχέση με την καινοτομία, την τεχνολογία (Mombeuil & Uhde, 2021).

**Αποφυγή Αβεβαιότητας:** Η αποφυγή αβεβαιότητας δηλώνει το γεγονός ότι οι χρήστες νιώθουν την απειλή μιας άγνωστης ή αβέβαιης κατάστασης, η οποία δημιουργεί φόβο και αμφιβολία στο χρήστη σχετικά με τη νέα τεχνολογία όπως οι ηλεκτρονικές πληρωμές (Alshare et al., 2011; Srite & Karahanna, 2006).

# Βασικές έννοιες που ενισχύουν την Αντιληπτή Αξία 3/3

**Πρόθεση χρήσης:** η πρόθεση χρήσης συνδέεται με όλες τις προαναφερθείσες έννοιες οι οποίες είτε συμβάλουν είτε θετικά είτε αρνητικά στη χρήση μίας νέας τεχνολογίας (Flavian et al., 2020; Liébana-Cabanillas et al., 2020; Schmidhuber et al., 2020 ; Singh, et al., 2020 ; Thakur & Srivastava, 2014; Venkatesh et al., 2012).

**Ικανοποίηση:** η ικανοποίηση αναφέρεται στο βαθμό που ένας χρήστης νιώθει άνετα με χρήση μίας νέας τεχνολογίας. Εάν είναι ευχαριστημένος από αυτή και το αποτέλεσμα της χρήσης της, ικανοποιεί τις αρχικές του προσδοκίες (Cao et al., 2018; Liébana-Cabanillas, Japutra, et al., 2020).

**Κίνδυνος - Ρίσκο:** το ρίσκο αναφέρεται στην ανασφάλεια ή το φόβο που πιθανόν να αισθάνεται ένας χρήστης με τη χρήση της νέας τεχνολογίας όσον αφορά τις προσωπικές ή τις χρηματοοικονομικές του πληροφορίες και γενικότερα της ιδιωτικότητας του (Liébana-Cabanillas et al., 2014; Liébana-Cabanillas et al., 2020; Ryu, 2018; Singh, et al., 2020; Venkatesh et al., 2012).

**Καινοτομία:** η καινοτομία αναφέρεται στη διάθεση που έχει ένας χρήστης απέναντι σε μία νέα τεχνολογία. Μπορεί να είναι σκεπτικιστής απέναντι στη χρήση της ή από την άλλη να του αρέσει να πειραματίζεται και να δοκιμάζει με νέες τεχνολογίες απολαμβάνοντας τα οφέλη που του προσφέρει (Agarwal & Prasad, 1998; Kalinic et al., 2019b).

# Επιπλέον, έννοιες που εξετάζονται στην έρευνα 1/2

**Συμβατότητα:** η συμβατότητα αφορά το βαθμό που η χρήση της νέας τεχνολογίας συνδέεται με τον τρόπο ζωής του χρήστη, με τον τρόπο που του αρέσει να ενεργεί στην καθημερινότητα του (Schierz et al., 2010; Schmidhuber et al., 2020).



**Εμπιστοσύνη:** η εμπιστοσύνη αφορά τη σχέση που αναπτύσσεται μεταξύ της επιχείρησης και του χρήστη. Αναφέρεται στο βαθμό που ο χρήστης θεωρεί μία τεχνολογία αξιόπιστη (Liebana-Cabanillas et al., 2020; Shaw 2014; To & Trinh, 2021).



**Οικονομικό κόστος:** το οικονομικό κόστος αναφέρεται στο κόστος εξοπλισμού που απαιτείται προκειμένου ο χρήστης να μπορεί να χρησιμοποιήσει τις νέες τεχνολογίες (Karoor et al., 2015; Schmidhuber et al., 2020; Zhou 2011).



**Σύσταση χρήσης:** η σύσταση χρήσης αναφέρεται στο βαθμό ικανοποίησης του χρήστη προκειμένου να προτείνει τη χρήση της σε κάποιον τρίτο. Η σύσταση χρήσης είναι ένας παράγοντας που απασχολεί τα τελευταία χρόνια πολύ τις επιχειρήσεις από τις μεγαλύτερες έως τις μικρότερες (Oliveira et al., 2016; Singh, et al., 2020 Tiago et al., 2016).

# Επιπλέον, έννοιες που εξετάζονται στην έρευνα 2/2

**Συμπεριφορά:** η συμπεριφορά σχετίζεται με την αντίληψη που έχει ο χρήστης για τη νέα τεχνολογία και αφορά το βαθμό καινοτομίας, τη χρησιμότητά της και τη συνολική εμπειρία που προσφέρει στον χρήστη. Επιπλέον, αναφέρεται στο βαθμό που ο χρήστης αντιδρά - αντιστέκεται στη χρήση μίας νέας τεχνολογίας ή είναι υπέρμαχός της (Samer & Fadila, 2019; Singh, et al., 2020; Venkatesh et al., 2012).



**Κοινωνική επιρροή:** Οι άνθρωποι πάντα στο βάθος του χρόνου υπολογίζουν πολύ τη γνώμη των άλλων, όπως συνηθίζεται να λένε «τι θα πει η κοινωνία», πολύ περισσότερο όμως λαμβάνουν υπόψη τους τη γνώμη της οικογένειάς τους και των influencers (Al- Nawayseh, 2020; Flavian et al., 2020; Goyal et al., 2013; Nawayseh 2020; Phonthanukitithaworn et al., 2016; Singh, et al., 2020 ).



**Χρησιμότητα:** η χρησιμότητα αναφέρεται στον βαθμό που η νέα τεχνολογία συμβάλλει στην ικανοποίηση του στόχου του χρήστη, για την οποία εξαρχής αποφάσισε να τη χρησιμοποιήσει (Kapoor et al., 2015; Liebana-Cabanillas et al., 2020; Lu & Lu, 2020; Sahni & Kovid, 2020; Singh, et al., 2020).



**Ευκολία Χρήσης:** η ευκολία χρήσης αναφέρεται στην προσπάθεια που πρέπει να κάνει ένας χρήστης προκειμένου να μάθει μία νέα τεχνολογία, δηλαδή ο κόπος που πρέπει να καταβάλει, η καληναγώγηση του άγχους για το νέο - καινούργιο, ακόμα και της ανασφάλειας που πιθανόν νιώθει για τη νέα επιχείρηση και αν η τελευταία διαθέτει όλους τους διαθέσιμους πόρους που η επιχείρηση απαιτείται να προσφέρει, προκειμένου να κάμψει πιθανές ανασφάλειες των χρηστών (Chawla & Joshi, 2019; Kapoor et al., 2015 ; Liebana-Cabanillas et al., 2020; Singh, et al., 2020; To & Trinh, 2021).

# Ευρήματα Προηγούμενων Ερευνών

A/A	References	Goal	Sample	Variables
1	Heikki Karjaluoto, Aijaz A. Shaikh, Hannu Saarijärvi, Salla Saraniemi, how perceived value drives the use of mobile financial services apps, International Journal of Information Management, Volume 47, 2019, pages 252-261	how perceived value influences customers' decision-making processes and intentions	1517	perceived value, personal innovativeness, self congruence, perceived risk, new product novelty
2	Pooja Jain and Gaurav Agrawal, Factors Affecting Mobile Banking Adoption: An Empirical Study in Gwalior Region, The International Journal of Digital Accounting Research Vol. 19, 2019, pp. 79-101	examine the factors which influence customers to adopt mobile banking	292	perceived usefulness, perceived convenience, perceived financial cost, perceived trust
3	Zoran Kalinic, Veljko Marinkovic, Sebastian Molinillo and Francisco Liebana - Gabanillas, A multi-analytical approach to peer to peer mobile payment acceptance prediction, Journal of Retailing and Consumer Services, Vol 49, 2019, 143-153	study into peer-to-peer mobile payment (P2PM-pay) systems' adoption.	701	personal innovativeness, perceived trust, perceived usefulness, perceived risk, perceived satisfaction, perceived enjoyment
4	Francisco Liebana-Cabanillas, Arnold Japutra, Sebastian Molinillo, Nidhi Singh and Neena Sinha, Assessment of mobile technology use in the emerging market, Telecommunications Policy, Vol 44, 2020	analyze the intention to use mobile payment services in the emerging market	260	innovativeness, stress, perceived satisfaction, perceived usefulness, perceived risk and trust
5	Francisco Liebana-Cabanillas, Nidhi Singh and Neena Sinha, Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India, International Journal of Information Management, vol 50, 2020	provide important insights into the TAM (Technology Acceptance Model) and UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) models	350	ease to use, usefulness, perceived risk, attitude, social influence, intention to use, stress, perceived satisfaction
6	Chanchai Phonthanukitithaworn, Carmine Sellitto and Michelle W.L. Fong, An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand, Asia-Pacific Journal of Business Administration, 2015	An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand	529	ease to use, usefulness, perceived risk, perceived trust, intention to use
7	Rakhi Thakur, Mala Srivastava, Customer usage intention of mobile commerce in India: an empirical study, Journal of Indian Business Research, 2013	factors influencing the adoption intention of mobile commerce	292	ease to use, usefulness, perceived risk, perceived trust, intention to use, perceived security
8	Lisa Schmidhubera, Daniela Mareschb, Michael Ginnerd, Disruptive technologies and abundance in the service sector - toward a refined technology acceptance model, Technological Forecasting & Social Change, 2020	the factors influencing the intention to use a disruptive technology	670	perceived usefulness, ease to use, innovativeness, social influence, intention to use, risk, compatibility, ubiquity
9	Mohammad K. Al nawayseh, FinTech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of FinTech Applications?, Journal of open innovation, 2020	the factors affecting Jordanian citizens' intention to use FinTech applications	500	perceived intention to use, trust, risk, benefits, social influence
10	Pushp Patil, Kuttimani Tamilmani, Nripendra P. Rana, Vishnupriya Raghavan, Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta- UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust and grievance redressal, International Journal of Information Management, 2020	identify major determinants of consumer mobile payment adoption in India	491	social influence, trust, anxiety, performance, effort, attitude, intention to use
11	Kawaljeet Kaur Kapoor & Yogesh K. Dwivedi & Michael D. Williams, Examining the role of three sets of innovation attributes for determining adoption of the interbank mobile payment, Springer Science and Business Media New York, 2015	examine which of the three sets of attributes better predicts the adoption of IMPS in an Indian context	330	behavioral intention, social approval, riskiness, compatibility, cost, image, observability, Complexity, relative advantage, visibility
12	Tiago Oliveira, Manoj Thomas, Goncalo Baptista, Filipe Campos, Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology, Computers in Human Behavior, 2016	identify the main determinants of mobile payment adoption and the intention to recommend this technology	301	social influence, price value, performance expectancy, effort expectancy, hedonic motivation, behavioral intention, intention to recommend
13	Richa Priya, Aradhana Vikas Gandhi, Ateeque Shaikh, Mobile banking adoption in an emerging economy, Benchmarking: An International Journal, 2018	analyze the factors affecting mobile banking adoption among young Indian consumers	269	perceived usefulness, perceived ease to use, perceived credibility, perceived risk, structural assurance, user satisfaction, behavioral intention
14	Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W., Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis, Electronic commerce research and applications, 2010	factors determining consumers' acceptance of mobile payment services	1447	perceived compatibility, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived security, attitude towards use, intention to use, individual mobility, subjective norm
15	Shaw, N, The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet, Journal of Retailing and Consumer Services, 2014	consumers will accept the mobile wallet when they perceive usefulness	284	perceived ease of use, self-efficacy, informal learning, perceived usefulness, intention to use, trust
16	Nawayseh, M. K. A. (2020). FinTech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of FinTech Applications?. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity	the factors affecting Jordanian citizens' intention to use FinTech applications	500	social influence, benefits, risk, trust, usage intention
17	Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X., Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology, MIS quarterly, 2012	acceptance and use of technology in a consumer context	1512	performance expectancy, effort expectancy, social influence, behavioral intention, use intention, facilitating conditions, hedonic motivation, price value, habit
18	Zhou, T., The effect of initial trust on user adoption of mobile payment. Information Development, 2011	examine the effect of initial trust on user adoption of mobile payment	277	perceived ubiquity, perceived security, perceived ease of use, initial trust, perceived usefulness, perceived cost, usage intention

# Μεθοδολογία Έρευνας

## Βιβλιογραφική έρευνα

- Ορισμός Προβλήματος
- Ανάγκη Διερεύνησης Θέματος
- Επιλογή TAM και Παλινδρόμησης

## Σύνταξη Ερωτηματολογίου

- 5βάθμια κλίμακα Likert
- Ερωτήσεις TAM (PE, PU, PT, PI, AT, COM, SI, PR, PC, IU, PS, RU)
- Πληθυσμός : Ελληνικό Ερωτηματολόγιο 325 χρήστες - Αγγλικό Ερωτηματολόγιο 225 χρήστες

## Ανάλυση Δεδομένων

- Επεξεργασία Απαντήσεων
- Χρήση SPSS
- Παλινδρόμηση

## Συμπεράσματα

- Αποτελέσματα έρευνας



Το ερωτηματολόγιο  
δημιουργήθηκε στο  
Google Forms

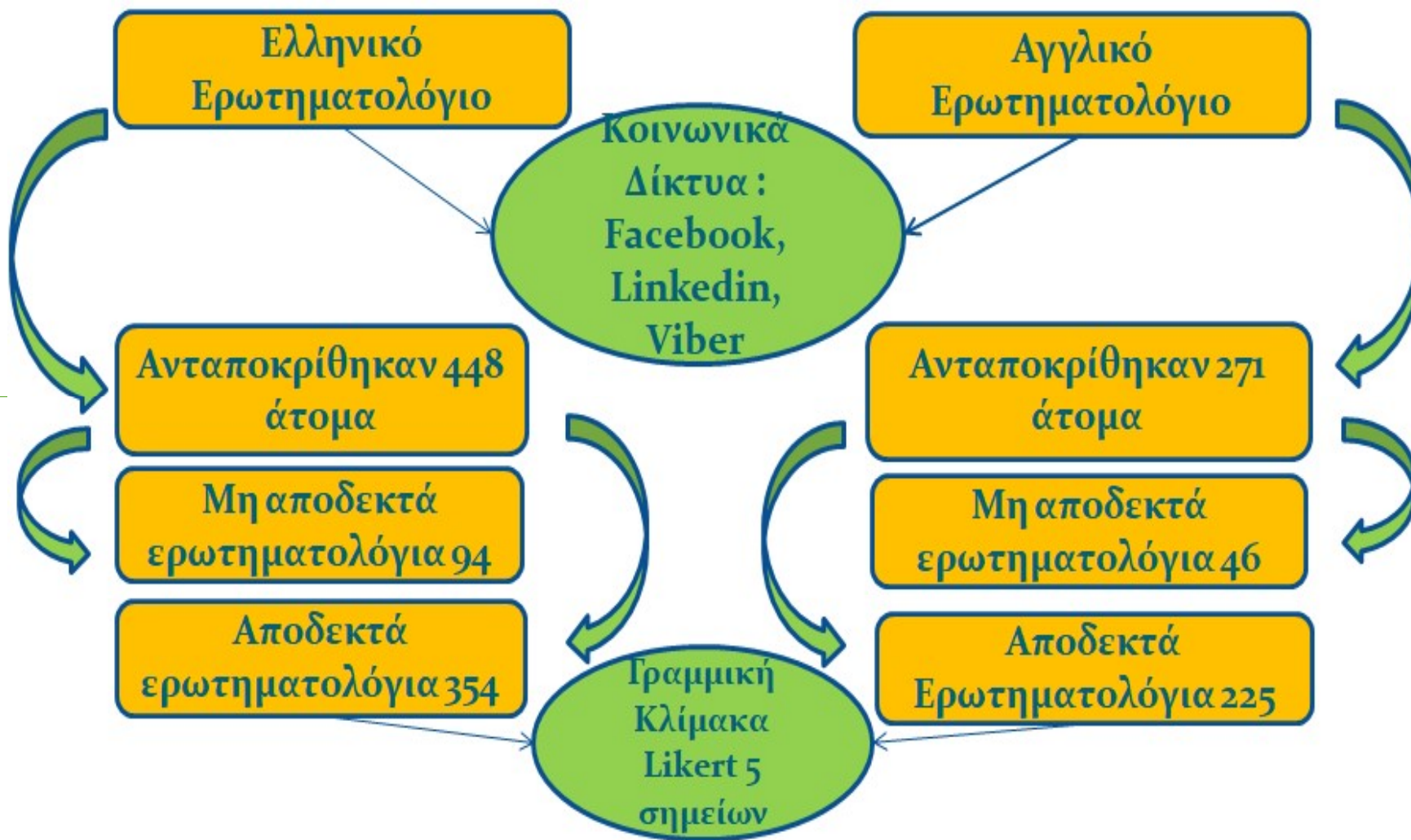


Διαθέσιμο από 1η  
Ιουνίου έως και 1η  
Αυγούστου 2021



Προώθηση  
ερωτηματολογίου  
μέσω social media  
(facebook, linkedin,  
viber)

# Δείγμα Έρευνας



Διαδικασία  
επεξεργασίας  
δείγματος

# Δομή Ερωτηματολογίου 1/2

## Γενική Ερώτηση

- Συχνότητα Χρήσης
- Γνώση ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Παράγοντες Υιοθέτησης Ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Δημογραφικά στοιχεία
  - Χώρα κατοικίας
  - Ηλικία
  - Φύλλο
  - Εκπαίδευση
  - Αντικείμενο Απασχόλησης
  - Μηνιαία εισοδήματα
  - Εμπειρία Χρήσης



## Ά Μέρος Ερωτηματολογίου

# Δομή Ερωτηματολογίου 2/2

Ερωτήσεις σχετικά με τους παράγοντες που δίνουν αξία και επηρεάζουν τους χρήστες στην υιοθέτηση ηλεκτρονικών συσκευών μέσω φορητών συσκευών

Καινοτομία (3 ερωτήσεις)	Ρίσκο (4 ερωτήσεις)	Χρησιμότητα (4 ερωτήσεις)	Κόστος (3 ερωτήσεις)	Εμπιστοσύνη (5 ερωτήσεις)	Συμπεριφορά (4 ερωτήσεις)	Αποφυγή Αβεβαιότητας (6 ερωτήσεις)	Σύσταση Χρήσης (3 ερωτήσεις)	Κοινωνική Επιρροή (4 ερωτήσεις)	Συμβατότητα (3 ερωτήσεις)	Ικανοποίηση (4 ερωτήσεις)	Ευκολία Χρήσης (4 ερωτήσεις)	Πρόθεση Χρήσης (4 ερωτήσεις)
-----------------------------	------------------------	------------------------------	-------------------------	------------------------------	------------------------------	--	---------------------------------	---------------------------------------	------------------------------	------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

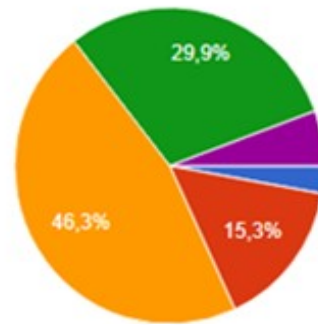


Β' Μέρος Ερωτηματολογίου (κλίμακα Likert 1-5)

# Δημογραφικά Στοιχεία 1/4

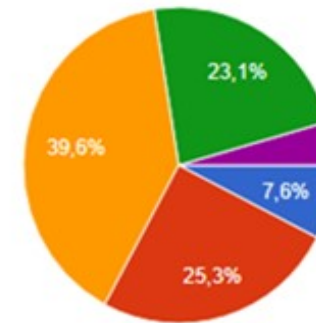
Ηλικία

Ελληνικό



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

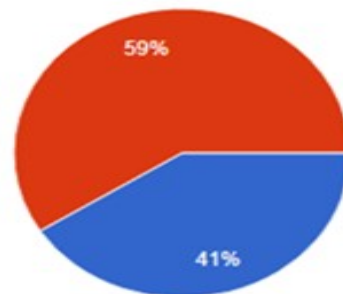
Αγγλικό



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

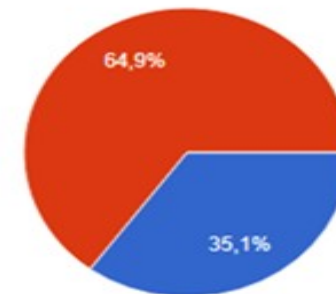
Γένος

Ελληνικό



Αντρες  
Γυναίκα

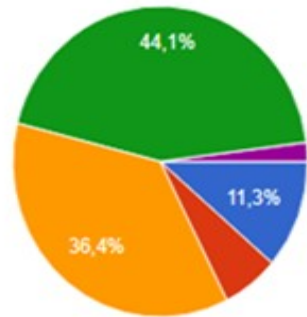
Αγγλικό



Male  
Female

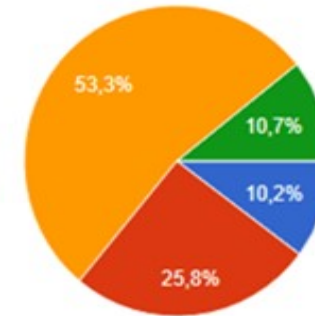
## Δημογραφικά Στοιχεία 2/4

### Εκπαίδευση



Ελληνικό

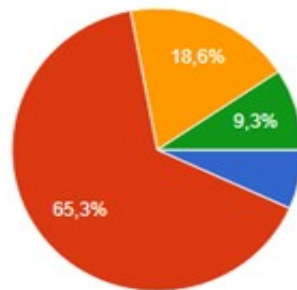
- Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση
- Μεταλυκειακή Εκπαίδευση (IEK)
- Τριτοβάθμια Εκπαίδευση (ΑΕΙ ή ΤΕΙ)
- Μεταπτυχιακές Σπουδές
- Διδακτορικές Σπουδές



Αγγλικό

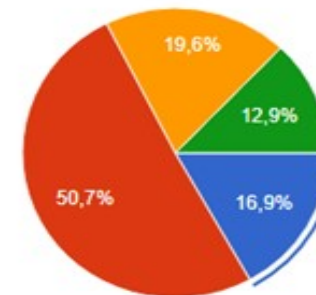
- Secondary
- Undergraduate
- Postgraduate
- Doctora

### Αντικείμενο Απασχόλησης



Ελληνικό

- Δημόσιος Υπάλληλος
- Ιδιωτικός Υπάλληλος
- Ελεύθερος Επαγγελματίας
- Άλλο

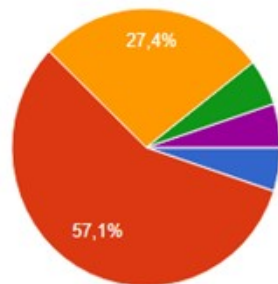


Αγγλικό

- Public Employee
- Private Employee
- Self Employee
- Other

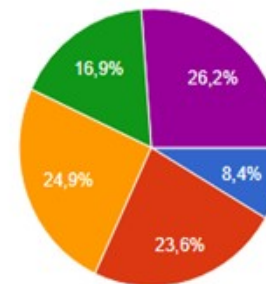
## Δημογραφικά Στοιχεία 3/4

Μηνιαία  
Εισοδήματα



Ελληνικό

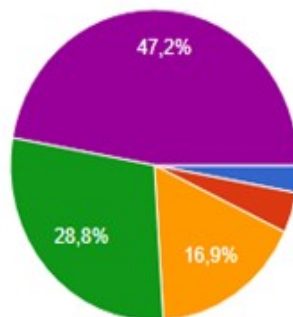
● κάτω των 500€  
● 500€ - 1.500€  
● 1.501€ - 2.500€  
● 2.501€ - 3.500€  
● > 3.500€



Αγγλικό

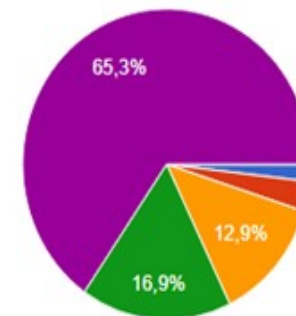
● under 500€ / under  
● 500€ - 1.500€  
● 1.500€ - 2.500€  
● 2.500€ - 3.500€  
● 3500€ and above

Εμπειρία  
Χρήσης



Ελληνικό

● 0 - 6 μήνες  
● 7 - 12 μήνες  
● 1 - 2 χρόνια  
● 3 - 4 χρόνια  
● > 5 χρόνια



Αγγλικό

● 0-6 months  
● 7-12 months  
● 1-2 years  
● 3-4 years  
● 5 years and above

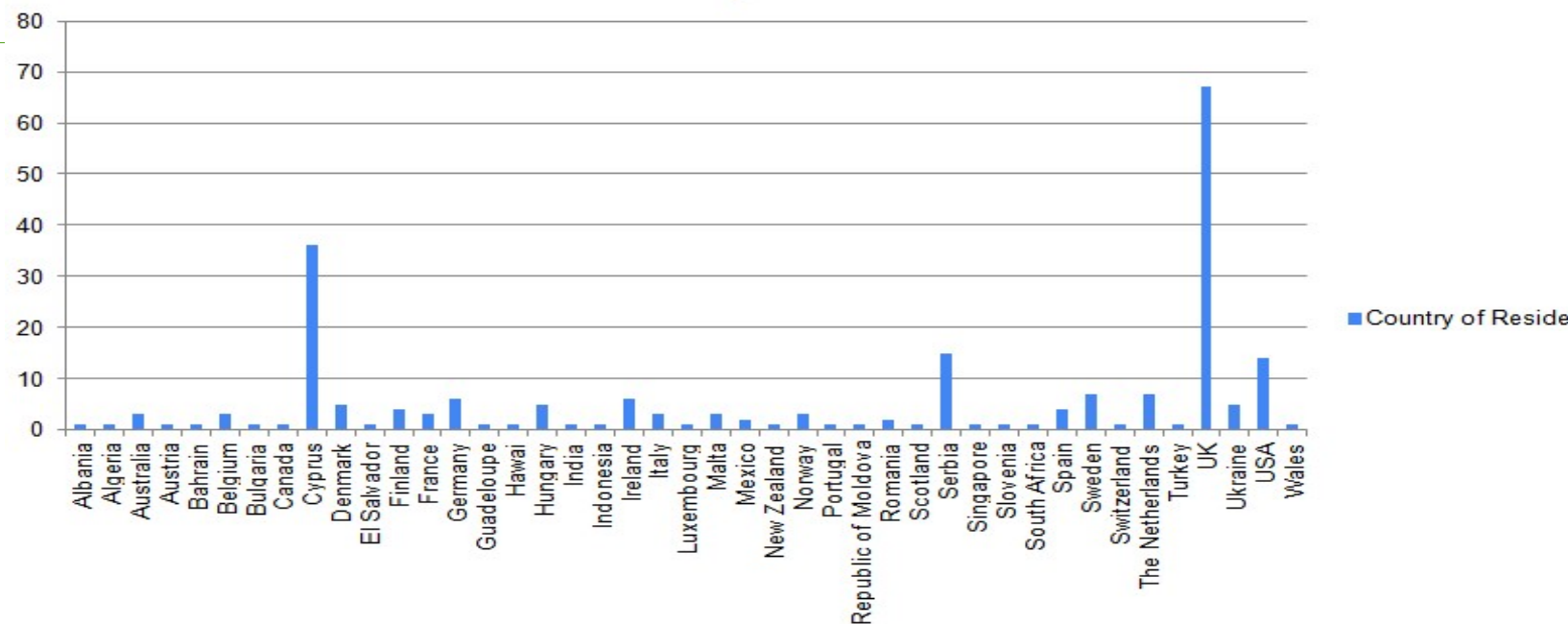
# Δημογραφικά Στοιχεία 4/4

Κατανομή χωρών που αποκρίθηκαν στο ερωτηματολόγιο

Ελληνικό  
Ερωτηματολόγιο

Ελλάδα

Country of Residence



Αγγλικό  
Ερωτηματολόγιο



# Ερωτηματολόγιο 1/3

Μεταβλητή	Ερωτήσεις	Αναφορές	Μετάφραση ερωτήσεων
Innovativeness / Καινοτομία	If I heard about an innovative information technology, I will try it.	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schierz et al. (2010) ; Singh, et al. (2020)	Αν μάθαινα για κάποια καινοτόμα τεχνολογία, θα την δοκίμαζα.
	I am not ready to try out new technologies and prefer cash transactions	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schierz et al. (2010) ; Singh, et al. (2020)	Δεν είμαι έτοιμος / έτοιμη να δοκιμάσω νέες τεχνολογίες, προτιμώ τις συναλλαγές με μετρητά
	I do not like to experiment with new apps and electronic payment services	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schierz et al. (2010) ; Singh, et al. (2020)	Δε μου αρέσει να πειραματίζομαι με νέες εφαρμογές και υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών
Perceived risk / Αντιληπτό Ρίσκο	Using electronic payments is not completely secure	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Η χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητού δεν είναι απόλυτα ασφαλής
	I would not feel secure sending my personal and financial information across the websites using e-payments	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Δεν θα ένιωθα ασφαλής να στείλω προσωπικές και χρηματοοικονομικές πληροφορίες μου μέσω ιστοσελίδων για ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών.
	Overall, using e-payments is not a safe place to transmit information and do transactions	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Γενικά, η χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών δεν είναι ασφαλής για τη μεταφορά πληροφοριών και την υλοποίηση συναλλαγών
	I think it is safe to use electronic payments because of the privacy concerns	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Νομίζω ότι είναι ασφαλής η χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών από άποψη ιδιωτικότητας
Perceived Satisfaction / Ικανοποίηση	I feel satisfied with the features of e-payments	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Priya et al. (2018) ; Singh, et al. (2020)	Είμαι ικανοποιημένος με τα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	I feel contented with the features of e-payments	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Priya et al. (2018) ; Singh, et al. (2020)	Είμαι χαρούμενος με τα χαρακτηριστικά των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	I feel pleased with e-payments because it potentially fulfills my needs	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Priya et al. (2018) ; Singh, et al. (2020)	Είμαι ευχαριστημένος με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές μέσω κινητών συσκευών διότι δυνητικά ικανοποιεί τις ανάγκες μου
	I feel comfortable with e-payments usage	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Priya et al. (2018) ; Singh, et al. (2020)	Νιώθω άνετα με τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
Perceived Usefulness / Αντιληπτή Χρησιμότητα	I find using e-payments useful in my daily life	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Βρίσκω χρήσιμη στην καθημερινή μου ζωή τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	Electronic payment is very helpful	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών είναι πολύ χρήσιμη
	Work becomes easier after using electronic payment	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Η εργασία γίνεται ευκολότερη με τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	Electronic payments helps me to do things better and effectively	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών με βοηθούν να κάνω τα πράγματα καλύτερα και αποτελεσματικά
Ease of Use / Ευκολία Χρήσης	E-payments are easy to use	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών είναι εύκολες στη χρήση
	E-payments solve all my e-payments transactions save my lot of time	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών με βοηθούν να εξοικονομώ πολύ χρόνο υλοποιώντας της συναλλαγές πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	Using e-payments easily for my things, is important to me	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Η ευκολία χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών είναι πολύ σημαντική για μένα
	I can access all the transactions easily in e-payments	Kapoor et al. (2015) ; Liebana-Cabanillas et al. (2020); Singh, et al. (2020)	Μπορώ να έχω πρόσβαση σε όλες τις ηλεκτρονικές συναλλαγές πληρωμών μου μέσω κινητών συσκευών πολύ εύκολα

# Ερωτηματολόγιο 2/3

Μεταβλητή	Ερωτήσεις	Αναφορές	Μετάφραση ερωτήσεων
Perceived Financial Cost / Αντιληπτό Κόστος	The equipment cost of using EP is expensive (e.g. new SIM card).	Schmidthuber et al. (2020); Zhou (2011)	Το κόστος εξοπλισμού της χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών είναι ακριβό (πχ νέα κάρτα SIM)
	The access cost of using EP is expensive (e.g. downloading the application).	Schmidthuber et al. (2020); Zhou (2011)	Το κόστος πρόσβασης για τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών είναι ακριβό (πχ το κατέβασμα της εφαρμογής)
	The transaction fees of using EP is expensive (e.g. charge per payment operation).	Schmidthuber et al. (2020); Zhou (2011)	Οι προμήθειες συναλλαγών για τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών είναι ακριβές (πχ χρέωση ανά πράξη πληρωμής)
Perceived Trust / Εμπιστοσύνη	I trust that my personal information is safe in e-payments	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Shaw (2014)	Θεωρώ ότι οι προσωπικές μου πληροφορίες είναι ασφαλείς μέσω των ηλεκτρονικών πληρωμών
	I trust that app is protected from virus	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Shaw (2014)	Θεωρώ οι εφαρμογές ηλεκτρονικών πληρωμών προστατεύονται από τους ιούς
	I trust that electronic payment contains all my bank information accurately	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Shaw (2014)	Πιστεύω ότι οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών περιέχουν με ακρίβεια όλα τα τραπεζικά μου αρχεία
	Over all the electronic payment is trustworthy	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Shaw (2014)	Πάνω απ' όλα η ηλεκτρονική πληρωμή μέσω κινητών συσκευών είναι αξιόπιστη
Intention to Use / Πρόθεση Χρήσης	Over all the electronic payment keeps my financial information secure	Liebana-Cabanillas et al. (2020); Shaw (2014)	Πάνω απ' όλα η ηλεκτρονική πληρωμή μέσω κινητών συσκευών κρατά τα οικονομικά μου στοιχεία ασφαλή
	I intend to use electronic payment in the future	Flavian et al. (2020); Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schmidthuber et al. (2020) ; Singh, et al. (2020) ; Venkatesh et al. (2012)	Σκοπεύω να χρησιμοποιήσω τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών στο μέλλον
	I will always try to use electronic payment in my daily life	Flavian et al. (2020); Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schmidthuber et al. (2020) ; Singh, et al. (2020) ; Venkatesh et al. (2012)	Πάντα θα προσπαθώ να χρησιμοποιώ ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών στην καθημερινότητά μου
	I plan to use electronic payment frequently	Flavian et al. (2020); Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schmidthuber et al. (2020) ; Singh, et al. (2020) ; Venkatesh et al. (2012)	Σχεδιάζω να χρησιμοποιώ ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών συχνά
Attitude / Συμπεριφορά	I predict that I would use electronic payments	Flavian et al. (2020); Liebana-Cabanillas et al. (2020); Schmidthuber et al. (2020) ; Singh, et al. (2020) ; Venkatesh et al. (2012)	Προβλέπω ότι θα χρησιμοποιούσα τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών
	I perceive that electronic payments are a new and unique idea	Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Αντιλαμβάνομαι ότι οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών είναι μία νέα και καινοτόμα ιδέα
	Electronic payments are advantageous in every domain of transactions	Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών είναι πλεονεκτικές σε κάθε τομέα συναλλαγών
	Electronic payments provide convenience and it is very trendy	Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Οι ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών παρέχουν άνεση και είναι πολύ μοντέρνο
	Use of electronic payments are really thrilling and nice experience	Singh, et al. (2020); Venkatesh et al. (2012)	Η χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών είναι συναρπαστική και ωραία εμπειρία

# Ερωτηματολόγιο 3/3

Μεταβλητή	Ερωτήσεις	Αναφορές	Μετάφραση ερωτήσεων
Social influence / Κοινωνική Επιρροή	People who are important to me think that I should use electronic payments	Flavian et al. (2020); Goyal et al. (2013); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Οι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για εμένα πιστεύουν ότι θα έπρεπε να χρησιμοποιώ τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών
	I do not use electronic payments because my family thinks I should not use it	Flavian et al. (2020); Goyal et al. (2013); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Δεν χρησιμοποιώ ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών διότι η οικογένεια μου πιστεύει ότι δεν πρέπει να τις χρησιμοποιήσω
	People who are important to me would recommend to use electronic payments	Flavian et al. (2020); Goyal et al. (2013); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Οι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για εμένα, μου συστήνουν τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
Recommendation to use / Σύσταση για Χρήση	People who are important to me influence my decision to use electronic payments	Flavian et al. (2020); Goyal et al. (2013); Nawayseh (2020); Phonthanukitithaworn et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Οι άνθρωποι που είναι σημαντικοί για εμένα, με επηρεάζουν στην απόφασή μου σχετικά με τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών
	I would recommend electronic payments to my friends and family to use it, if it is available	Oliveira et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Θα συνιστούσα τη χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών στους φίλους και την οικογένεια μου
	If I have a worthy experience with electronic payments, I would recommend friends to download the apps of services	Oliveira et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Εάν έχω μία αξιόλογη εμπειρία με τις ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών, θα συνιστούσα σε φίλους να κατεβάσουν την εφαρμογή της υπηρεσίας
Compatibility / Συμβατότητα	I would recommend the apps on social platforms, if it is worth using.	Oliveira et al. (2016); Singh, et al. (2020)	Θα συνιστούσα τις εφαρμογές στις κοινωνικές πλατφόρμες, εάν αξίζει η χρήση τους
	Using EP fits well with my lifestyle.	Schierz et al. (2010); Schmidhuber et al. (2020)	Η χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών ταιριάζει στον τρόπο ζωής μου
	Using EP fits well with the way I like to purchase products and services.	Schierz et al. (2010); Schmidhuber et al. (2020)	Η χρήση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών ταιριάζει με τον τρόπο που μου αρέσει να αγοράζω προϊόντα και υπηρεσίες
Uncertainty Avoidance / Αποφυγή Αβεβαιότητας	I would appreciate using EP instead of alternative modes of payment (e.g., cash or credit card).	Schierz et al. (2010); Schmidhuber et al. (2020)	Θα εκτιμούσα τη χρήση των ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών σε σχέση με τους εναλλακτικούς τρόπους πληρωμών (πχ μετρητά ή πιστωτικές κάρτες
	It is better to have a bad situation that you know about, than to have an uncertain situation which might be better	(Srite and Karahanna 2006)	Είναι καλύτερα να βιώνεις μία κακή κατάσταση που γνωρίζεις, παρά μία αβέβαιη κατάσταση που μπορεί να είναι καλύτερη
	Rules and regulations are important because they inform workers what the organization expects of them	Srite and Karahanna 2006)	Οι κανόνες και οι κανονισμοί είναι σημαντικοί γιατί ενημερώνουν τους εργαζόμενους σχετικά με τις απαιτήσεις του οργανισμού από αυτούς
	Order and structure are very important in a work environment	Srite and Karahanna 2006)	Η τάξη και η δομή είναι πολύ σημαντικές στο εργασιακό περιβάλλον
	It is important to have a job requirements and instructions spelled out in detail so that people always know what they are expected to do	Srite and Karahanna 2006)	Είναι σημαντικό να αναφέρονται οι απαιτήσεις και οι οδηγίες λεπτομερώς ώστε οι άνθρωποι να γνωρίζουν πάντα τι αναμένεται να κάνουν
	People should avoid making changes because things could get worse	(Srite and Karahanna 2006)	Ο κόσμος θα πρέπει να αποφεύγει τις αλλαγές διότι τα πράγματα μπορούν να γίνουν χειρότερα
	Providing opportunities to be innovative is more important than requiring standardized payments procedures	(Srite and Karahanna 2006)	Η προσφορά ευκαιριών για να είναι κάποιος καινοτόμος είναι πιο σημαντική από την απαίτηση δεδομένων διαδικασιών πληρωμών

# Καταλληλότητα Δεδομένων

Μεταβλητή	Κωδικοποίηση
Καινοτομία	IN
Κόστος	PR
Κοινωνική Επιρροή	SI
Χρησιμότητα	PU
Ευκολία	PE
Κόστος	PC
Εμπιστοσύνη	PT
Συμπεριφορά	AT
Συμβατότητα	CM
Πρόθεση Χρήσης	IU
Ικανοποίηση	PS
Σύσταση Χρήσης	RU

Ο συντελεστής Alpha Cronbach πρέπει να λαμβάνει τιμή  $>0,5$  και στις περισσότερες ερευνητικές καταστάσεις κοινωνικής επιστήμης ο συντελεστής αξιοπιστίας  $\geq 0,7$  θεωρείται «αποδεκτός» και στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι 0,749 και υποδηλώνει σχετικά υψηλή εσωτερική συνοχή μεταξύ των 12 μεταβλητών.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,749	12

# Ανάλυση Αξιοπιστίας

Μέσος όρος (*mean*) και τυπική  
απόκλιση (*standard deviation*)  
των μεταβλητών

Item Statistics		
	Mean	Std. Deviation
IN	2,622337	0,589339
PR	2,823402	0,60277
PS	4,162349	0,713487
PU	4,514249	0,638574
PE	4,434801	0,624578
PC	2,00806	0,909777
PT	3,83247	0,716718
IU	4,439119	0,695906
AT	4,144214	0,708278
SI	2,892919	0,723716
RU	4,240069	0,729279
CM	4,215314	0,749012

# Ανάλυση Παλινδρόμησης

Στην έρευνα έλαβαν μέρος 3 παλινδρομήσεις

01

Στην πρώτη παλινδρόμηση, εξαρτημένη μεταβλητή είναι η *προθεση χρήσης (IU)* και ανεξάρτητες μεταβλητές η καινοτομία (IN), το ρίσκο (PR), η χρησιμότητα (PU), η ευκολία (PE), το κόστος (PC), η συμπεριφορά (AT), η κοινωνική επιρροή (SI) και η συμβατότητα (COM)

02

Στη δεύτερη παλινδρόμηση, εξαρτημένη μεταβλητή είναι η ικανοποίηση (PS) και ανεξάρτητη μεταβλητή η πρόθεση χρήσης (IU)

03

Στην τρίτη παλινδρόμηση, εξαρτημένη μεταβλητή είναι η *σύσταση χρήσης (RU)* και ανεξάρτητη μεταβλητή η ικανοποίηση (PS)



# 1η Παλινδρόμηση GR 1/3

*Έλεγχος Υποθέσεων (IU, IN, PR, SI, PU, PE, PC, PT, AT, CM)*

**Correlation**

	IU	IN	PR	SI	PU	PE	PC	PT	AT	CM
IU	1	-0,163	-0,252	0,697	0,598	0,749	-0,339	0,424	0,542	0,699
IN	-0,163	1	0,188	-0,118	-0,179	-0,179	0,34	-0,002	-0,017	-0,152
PR	-0,252	0,188	1	-0,316	-0,246	-0,261	0,345	-0,37	-0,234	-0,261
SI	0,697	-0,118	-0,316	1	0,54	0,716	-0,38	0,585	0,628	0,713
PU	0,598	-0,179	-0,246	0,54	1	0,603	-0,32	0,42	0,529	0,577
PE	0,749	-0,179	-0,261	0,716	0,603	1	-0,391	0,415	0,574	0,671
PC	-0,339	0,34	0,345	-0,38	-0,32	-0,391	1	-0,298	-0,354	-0,337
PT	0,424	-0,002	-0,37	0,585	0,42	0,415	-0,298	1	0,541	0,456
AT	0,542	-0,017	-0,234	0,628	0,529	0,574	-0,354	0,541	1	0,561
CM	0,699	-0,152	-0,261	0,713	0,577	0,671	-0,337	0,456	0,561	1

Model 1: Dependent variable: IU

Independent variables: IN, PR, SI, PU, PE, PC, PT, AT, CM

ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση

# 1η Παλινδρόμηση GR 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,811 <sup>a</sup>	0,658	0,649	0,40937	2,093

Predictors: (Constant), CM, IN, PR, PC, PT, PU, AT, PE, SI

Dependent Variable: IU

Click to add text

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	110,792	9	12,31	73,456	,000 <sup>b</sup>
Residual	57,649	344	0,168		
Total	168,442	353			

a. Dependent Variable: IU

b. Predictors: (Constant), CM, IN, PR, PC, PT, PU, AT, PE, SI



# Παλινδρόμηση GR 3/3

Έλεγχοι:

► Sig.<0.05 σημαίνει  $p < 0.05$

► \* $p < 0.05$ ;

► \*\* $p < 0.01$ ;

► \*\*\* $p < 0.001$ .

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	Beta			VIF
1	(Constant)	0,572	0,568	
	IN	-0,017	0,615	1,208
	PR	-0,001	0,97	1,272
	SI	0,189	0,001	3,145
	PU	0,131	0,002	1,847
	PE	0,372	0	2,621
	PC	0,008	0,826	1,437
	PT	-0,009	0,825	1,796
	AT	0,017	0,714	2,05
	CM	0,234	0	2,441

a. Dependent Variable: IU

## 2η Παλινδρόμηση GR 1/3

*Έλεγχος Υποθέσεων (PS, IU)*

**Correlations**

		PS	IU
Pearson Correlation	PS	1	0,157
	IU	0,157	1

Model 2: Dependent variable: PS

Independent variables: IU

ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση

## 2η Παλινδρόμηση GR 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.157 <sup>a</sup>	0,025	0,022	0,66573	2,11

Predictors: (Constant), IU  
Dependent Variable: PS

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,941	1	3,941	8,892	,003 <sup>b</sup>
Residual	156,004	352	,443		
Total	159,944	353			

a. Dependent Variable: PS

b. Predictors: (Constant), IU

# Παλινδρόμηση GR 3/3

Έλεγχοι:

► Sig.<0.05 σημαίνει  $p < 0.05$

► \* $p < 0.05$ ;

► \*\* $p < 0.01$ ;

► \*\*\* $p < 0.001$ .

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	Beta			VIF
1 (Constant)		9,8	0	
IU	0,157	2,982	0,003	1

a. Dependent Variable: PS

# 3η Παλινδρόμηση GR 1/3

Έλεγχος Υποθέσεων (PS, RU)

Correlations

		RU	PS
Pearson Correlation	RU	1	0,281
	PS	0,281	1

Model 3: Dependent variable: RU

Independent variables: PS

- ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση
- ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση
- ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση
- ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση

## 3η Παλινδρόμηση GR 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,281 <sup>a</sup>	0,079	0,076	0,660012	1,98

a. Predictors: (Constant), PS

b. Dependent Variable: RU

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13,106	1	13,106	30,087	,000 <sup>b</sup>
Residual	153,337	352	0,436		
Total	166,443	353			

a. Dependent Variable: RU

b. Predictors: (Constant), PS

# 3η Παλινδρόμηση

## GR 3/3

Έλεγχοι:

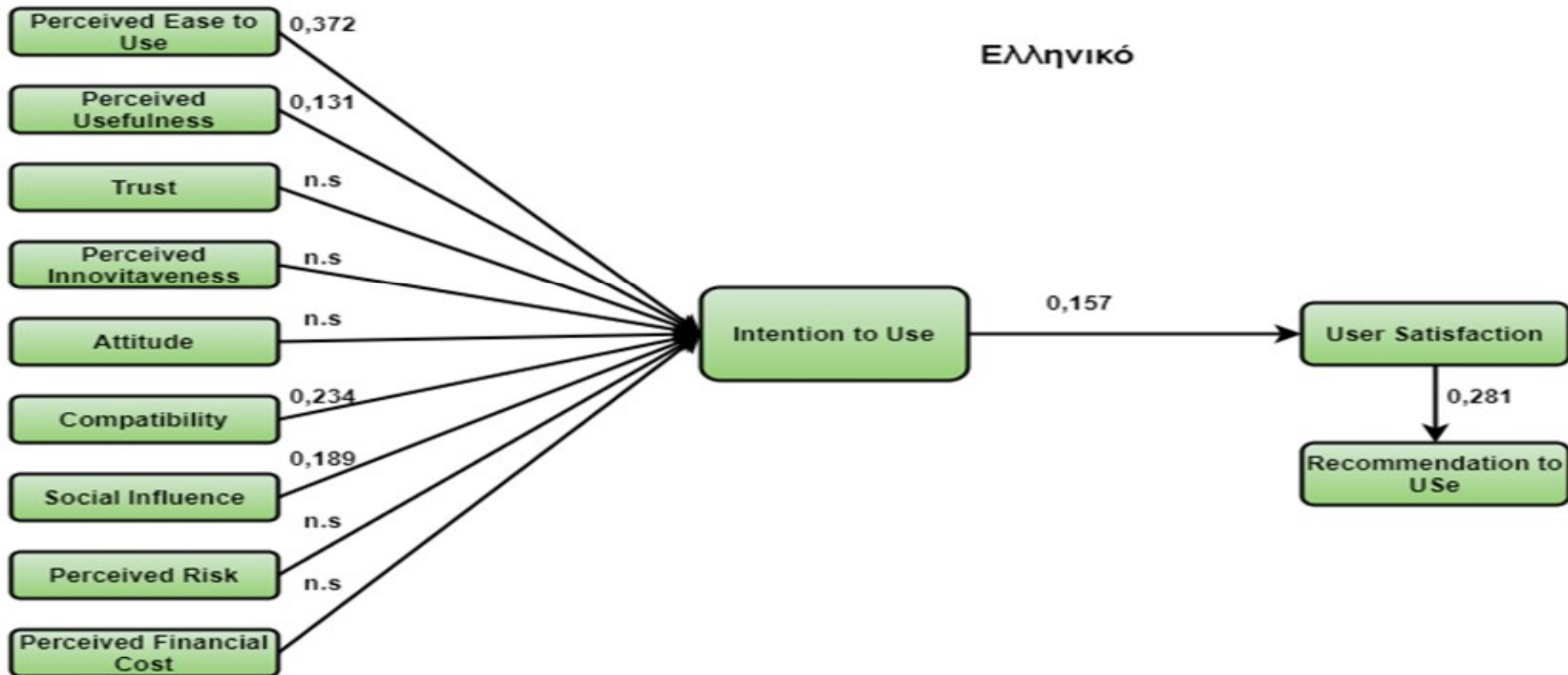
- Sig.<0.05 σημαίνει  $p < 0.05$
- \* $p < 0.05$ ;
- \*\* $p < 0.01$ ;
- \*\*\* $p < 0.001$ .

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	Beta			VIF
1 (Constant)		22,134	0	
PS	0,281	5,485	0	1

a. Dependent Variable: RU

# Αποτελέσματα Ελληνικού Ερωτηματολογίου





Υποθέσεις	Έλεγχος
H1. Η αντιληπτή ευκολία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H2. Η αντιληπτή χρησιμότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H3. Η εμπιστοσύνη επιδρά θετικά επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H4. Η αντιληπτή καινοτομία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H5. Η συμπεριφορά επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H6. Η συμβατότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H7. Η κοινωνική επιρροή επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H8. Το ρίσκο επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H9. Το αντιληπτό οικονομικό κόστος επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H10. Η πρόθεση χρήσης επιδρά θετικά στην ικανοποίηση του χρήστη ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H11. Η ικανοποίηση του χρήστη επιδρά θετικά στην σύσταση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται

# 1η Παλινδρόμηση EN 1/3

Έλεγχος Υποθέσεων (IU, IN, PR, SI, PU, PE, PC, PT, AT, CM)

Correlation

	IU	IN	PR	SI	PU	PE	PC	PT	AT	CM
IU	1	-0,172	-0,295	0,672	0,535	0,741	-0,107	0,456	0,424	0,699
IN	-0,172	1	0,357	-0,125	-0,195	-0,181	0,353	-0,157	-0,007	-0,205
PR	-0,295	0,357	1	-0,28	-0,244	-0,243	0,287	-0,322	-0,081	-0,288
SI	0,672	-0,125	-0,28	1	0,433	0,703	-0,184	0,5	0,43	0,659
PU	0,535	-0,195	-0,244	0,433	1	0,538	-0,122	0,456	0,496	0,508
PE	0,741	-0,181	-0,243	0,703	0,538	1	-0,123	0,461	0,482	0,609
PC	-0,107	0,353	0,287	-0,184	-0,122	-0,123	1	-0,107	-0,019	-0,214
PT	0,456	-0,157	-0,322	0,5	0,456	0,461	-0,107	1	0,372	0,471
AT	0,424	-0,007	-0,081	0,43	0,496	0,482	-0,019	0,372	1	0,439
CM	0,699	-0,205	-0,288	0,659	0,508	0,609	-0,214	0,471	0,439	1

Model 1: Dependent variable: IU

Independent variables: IN, PR, SI, PU, PE, PC, PT, AT, CM

ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση  
ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση

# 1η Παλινδρόμηση EN 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,818 <sup>a</sup>	,669	,655	,41413	1,868

Predictors: (Constant), CM, IN, PC, PR, AT, PT, PU, PE, SI

Dependent Variable: IU

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	74,397	9	8,266	48,198	,000 <sup>b</sup>
Residual	36,874	215	,172		
Total	111,271	224			

a. Dependent Variable: IU

b. Predictors: (Constant), CM, IN, PC, PR, AT, PT, PU, PE, SI

# Παλινδρόμηση EN 3/3

Έλεγχοι:

► Sig.<0.05 σημαίνει  $p < 0.05$

► \* $p < 0.05$ ;

► \*\* $p < 0.01$ ;

► \*\*\* $p < 0.001$ .

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		Beta			VIF
1	(Constant)		1,432	0,154	
	IN	0,002	0,037	0,97	1,289
	PR	-0,063	-1,403	0,162	1,321
	SI	0,147	2,358	0,019	2,531
	PU	0,104	1,998	0,047	1,749
	PE	0,394	6,438	0	2,429
	PC	0,066	1,52	0,13	1,215
	PT	0,001	0,018	0,985	1,568
	AT	-0,023	-0,477	0,634	1,549
	CM	0,315	5,485	0	2,142

a. Dependent Variable: IU

## 2η Παλινδρόμηση EN 1/3

*Έλεγχος Υποθέσεων (PS, IU)*

Correlations			
		PS	IU
Pearson Correlation	PS	1	0,308
	IU	0,308	1

Model 2: Dependent variable: PS

Independent variables: IU

ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση

## 2η Παλινδρόμηση EN 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,308 <sup>a</sup>	0,095	0,091	0,75413	1,676

Predictors: (Constant), IU

Dependent Variable: PS

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13,302	1	13,302	23,39	,000 <sup>b</sup>
Residual	126,822	223	0,569		
Total	140,124	224			

a. Dependent Variable: PS

b. Predictors: (Constant), IU

# Παλινδρόμηση EN 3/3

Έλεγχοι:

► Sig. <0.05 σημαίνει  $p < 0.05$

► \* $p < 0.05$ ;

► \*\* $p < 0.01$ ;

► \*\*\* $p < 0.001$ .

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	Beta			VIF
1 (Constant)		4,008	0	
IU	0,308	4,836	0	1

a. Dependent Variable: PS

# 3η Παλινδρόμηση EN 1/3

*Έλεγχος Υποθέσεων (PS, RU)*

**Correlations**

		RU	PS
Pearson Correlation	RU	1	0,391
	PS	0,391	1

Model 3: Dependent variable: RU

Independent variables: PS

ο δείκτης είναι μικρότερος του  $\pm 0.10$   $\Rightarrow$  Δεν υπάρχει συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.10 - 0.40$   $\Rightarrow$  Χαμηλή συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.40 - 0.70$   $\Rightarrow$  Μέτρια συσχέτιση

ο δείκτης κυμαίνεται μεταξύ  $\pm 0.70 - 0.99$   $\Rightarrow$  Υψηλή συσχέτιση



## 3η Παλινδρόμηση EN 2/3

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,391 <sup>a</sup>	0,153	0,149	0,710033	1,981

a. Predictors: (Constant), PS

b. Dependent Variable: RU

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20,293	1	20,293	40,253	,000 <sup>b</sup>
Residual	112,425	223	0,504		
Total	132,718	224			

a. Dependent Variable: RU

b. Predictors: (Constant), PS

# Παλινδρόμηση EN 3/3

Έλεγχοι:

► Sig. <0.05 σημαίνει  $p < 0.05$

► \* $p < 0.05$ ;

► \*\* $p < 0.01$ ;

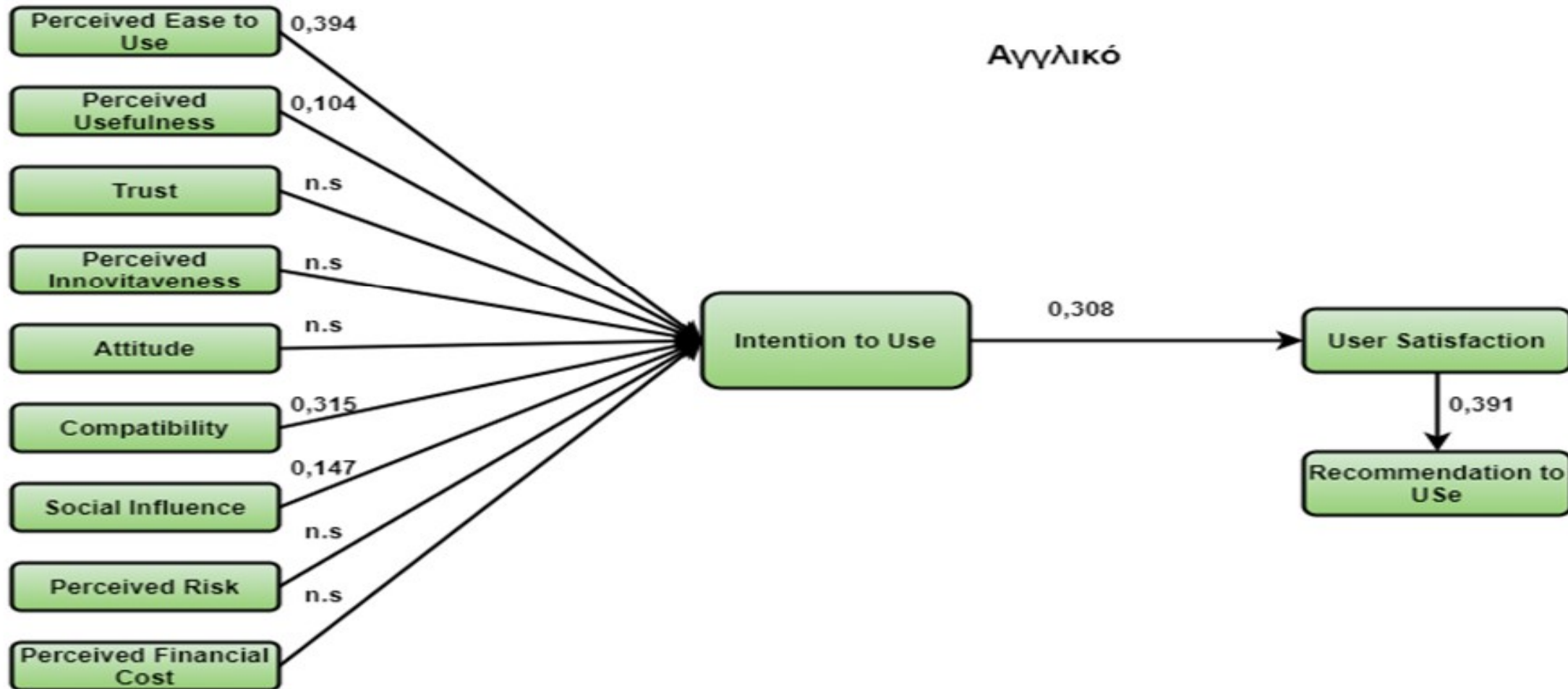
► \*\*\* $p < 0.001$ .

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	Beta			VIF
1 (Constant)		17,273	0	
PS	0,391	6,345	0	1

a. Dependent Variable: RU

# Αποτελέσματα Αγγλικού Ερωτηματολογίου



Υποθέσεις	Έλεγχος
H1. Η αντιληπτή ευκολία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H2. Η αντιληπτή χρησιμότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H3. Η εμπιστοσύνη επιδρά θετικά επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H4. Η αντιληπτή καινοτομία επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H5. Η συμπεριφορά επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H6. Η συμβατότητα επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H7. Η κοινωνική επιρροή επιδρά θετικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H8. Το ρίσκο επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H9. Το αντιληπτό οικονομικό κόστος επιδρά αρνητικά στην πρόθεση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Απορρίπτεται
H10. Η πρόθεση χρήσης επιδρά θετικά στην ικανοποίηση του χρήστη ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται
H11. Η ικανοποίηση του χρήστη επιδρά θετικά στην σύσταση χρήσης ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω κινητών συσκευών	Επιβεβαιώνεται

## Σύγκριση με προηγούμενες έρευνες

Ευσχέτιση	PE/IU	PU/IU	PT/IU	IN/IU	AT/IU	CM/IU	SI/IU	PR/IU	PC/IU	IU/PS	PS/R
deri, 2021	Positive	Positive	No significant Influence	No significant Influence	No significant Influence	Positive	Positive	No significant Influence	No significant Influence	Positive	Positi
linic et al., 2019		Positive	Positive	No significant Influence				Negative			
hmidthuber et al., 2018	No significant Influence	Positive		Positive		Positive	Positive	Negative	Negative	Positive	
arjaluoto et al., 2018	Positive	Positive			Positive		Positive	Negative		Positive	Positi
hammad K. nawayseh, 2020			Positive				Positive	No significant Influence			

# υμπεράσματα

Ο σημαντικότερος παράγοντας που δίνει αξία στο χρήστη, προκειμένου να υιοθετήσει ηλεκτρονικές πληρωμές μέσω κινητών συσκευών, αποτελεί η αντιληπτή ικανοποίηση.

Ακολουθούν άλλοι παράγοντες όπως η αντιληπτή ευκολία χρήσης, η αντιληπτή χρησιμότητα, η συμβατότητα και η κοινωνική επιρροή.

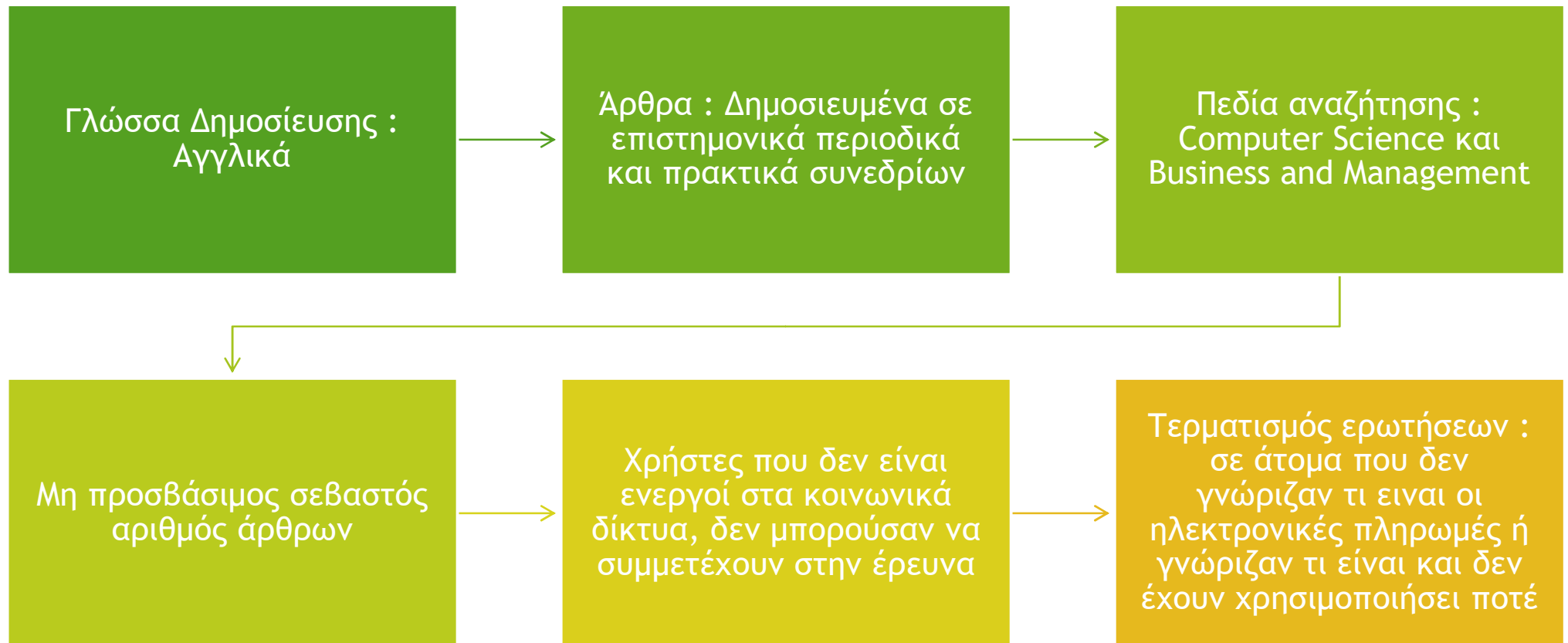
Η πανδημία του Covid19 έχει εκπαιδεύσει τους χρήστες και τους ανάγκασε να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές πληρωμές στην καθημερινότητα τους, ώστε το αντιληπτό και το αντιληπτό οικονομικό κόστος να μην θεωρούνται πλέον σημαντικοί παράγοντες αποτροπής χρήσης των ηλεκτρονικών πληρωμών.

Οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμόζονται στις αλλαγές και να υιοθετούν στρατηγικές, πολιτικές, μεθόδους και πρακτικές που χρησιμοποιούν ανάλογα με τους παράγοντες που επηρεάζουν τους χρήστες στην υιοθέτηση των των ηλεκτρονικών πληρωμών και ενισχύουν την αντιληπτή τους αξία. Έτσι, βασιζόμενοι σε αυτούς θα πρέπει να δημιουργούν καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες που να ανταποκρίνονται στις επιθυμίες των χρηστών.

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τους χρήστες αλλάζουν στην πάροδο του χρόνου. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αφουγκράζονται εγκαίρως αυτές τις αλλαγές ώστε να τις εκμεταλλεύονται συνετά, ώστε να υποκινούν και να προσελκύουν περισσότερους χρήστες πλατφόρμες τους

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τους Έλληνες και ξένους χρήστες στην υιοθέτηση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω κινητών συσκευών είναι ίδιοι

# Περιορισμοί

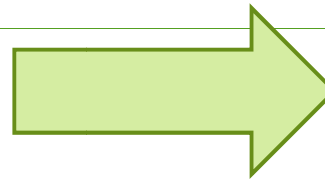


# Μελλοντική Έρευνα

Έρευνα σχετικά με  
τους παράγοντες και  
την εμπειρία που  
δίνουν αξία σε  
χρήστες νεοφυών  
επιχειρήσεων όπως  
N26 και Revolut



Έρευνα σχετικά  
με τους παράγοντες  
και την εμπειρία που  
δίνουν αξία σε  
χρήστες αόρατων  
και frictionless  
συναλλαγών



Μελλοντική  
Έρευνα



# Βιβλιογραφία 1/3

---

Agarwal, R., & Prasad, J. (1998). A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.

---

Al Nawayseh, M. K. (2020). Fintech in COVID-19 and beyond: What factors are affecting customers' choice of fintech applications? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1-15.

---

Al-Saedi, K., Al-Emran, M., Abusham, E., & El-Rahman, S. A. (2019). Mobile Payment Adoption: A Systematic Review of the UTAUT Model. 2019 *International Conference on Fourth Industrial Revolution, ICFIR 2019*, 1-5

---

Alshare, K., Mousa, A., Algarni, M., & Musa Ibrahim, A. (2011a). The Moderating Effects of Cultural Dimensions on User's Acceptance of Mobile Payment Devices: A Conceptual Model. *Interactive Learning Environments*, 25, 2017 - Issue 3, 670-689

---

Cao, X., Yu, L., Liu, Z., Gong, M., & Adeel, L. (2018). Understanding mobile payment users' continuance intention: A trust transfer perspective. *Internet Research*, 28(2), 456-476.

---

Chao, C.-M. (2019). Factors Determining the Behavioral Intention to Use Mobile Learning: An Application and Extension of the UTAUT Model. *Frontiers in Psychology*, 10, 16-52.

---

Chawla, D., & Joshi, H. (2019a). Consumer attitude and intention to adopt mobile wallet in India - An empirical study. *International Journal of Bank Marketing*, 37(7), 1590-1618.

---

Flavian, C., Guinaliu, M., & Lu, Y. (2020). Mobile payments adoption - introducing mindfulness to better understand consumer behavior. *International Journal of Bank Marketing*, 38(7), 1575-1599.

---

Iman, N. (2020). The rise and rise of financial technology: The good, the bad, and the verdict. *Cogent Business and Management*, 7(1), 81-105

---

Kalinic, Z., Marinkovic, V., Molinillo, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2019). A multi-analytical approach to peer-to-peer mobile payment acceptance prediction. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 143-153.

---

Kapoor, K. K., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). Examining the role of three sets of innovation attributes for determining adoption of the interbank mobile payment service. *Information Systems Frontiers*, 17(5), 1039-1056.

---

## Βιβλιογραφία 2/3

- Karjaluoto, H., Shaikh, A. A., Saarijärvi, H., & Saraniemi, S. (2019). How perceived value drives the use of mobile financial services apps. *International Journal of Information Management*, 47, 252-261.
- Karsen, M., Chandra, Y. U., & Juwitasary, H. (2019). Technological factors of mobile payment: A systematic literature review. *Procedia Computer Science*, 157, 2019, Pages 489-498.
- Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Liébana-Cabanillas, F., Japutra, A., Molinillo, S., Singh, N., & Sinha, N. (2020). Assessment of mobile technology use in the emerging market: Analyzing intention to use m-payment services in India. *Telecommunications Policy*, 44(9), 308-596.
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). Antecedents of the adoption of the new mobile payment systems: The moderating effect of age. *Computers in Human Behavior*, 35, 464-478.
- Lu, X., & Lu, H. (2020). Understanding Chinese Millennials' Adoption Intention Towards Third-Party Mobile Payment: *Information Resources Management Journal*, 33(2), 40-63.
- Milian, E. Z., Spinola, M. D. M., & Carvalho, M. M. D. (2019). Fintechs: A literature review and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 34, p. 23
- Mombeuil, C., & Uhde, H. (2021). Relative convenience, relative advantage, perceived security, perceived privacy, and continuous use intention: China's WeChat Pay: A mixed-method two-phase design study. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 1-10
- Nabila, M., Purwandari, B., Nazief, B. A.A., Chalid, D. A., Wibowo, S. S., & Solichah, I. (2018). Financial Technology Acceptance Factors of Electronic Wallet and Digital Cash in Indonesia. 284-289.
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2016). Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61, 404-414.
- Omarini, A. E. (2018). Fintech and the Future of the Payment Landscape: The Mobile Wallet Ecosystem - A Challenge for Retail Banks? *International Journal of Financial Research*, 9(4), 97-116.

# Βιβλιογραφία 3/4

---

Patil, P. P., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Digital payments adoption: An analysis of literature. Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics), 10595 LNCS, 61-70.

---

Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102-144.

---

Phonthanukitithaworn, C., Sellitto, C., & Fong, M. (2016). An investigation of mobile payment (m-payment) services in Thailand. *Asia-pacific Journal of Business Administration* 108-119

---

Puspitasari, N., Firdaus, M. B., Haris, C. A., & Setyadi, H. J. (2019). An Application of the UTAUT Model for Analysis of Adoption of Integrated License Service Information System. *Procedia Computer Science*, 161, 57-65.

---

Ryu, H.-S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: The moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541-569.

---

Sahni, M., & Kovid, R. (2020). What drives FinTech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. *Management Decision*, 58, 1675-1697.

---

Samer, E., & Fadila, O. (2019). *An analysis of factors affecting mobile banking adoption* | *Emerald Insight*. 352-367

---

Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209-216.

---

Schmidhuber, L., Maresch, D., & Ginner, M. (2020). Disruptive technologies and abundance in the service sector—Toward a refined technology acceptance model. *Technological Forecasting and Social Change*, 155, 119-328.

---

Seetharaman, A., & Raj, J. R. (2009). Evolution, Development and Growth of Electronic Money. *International Journal of E-Adoption*, 1(1), 76-94.

---

Shaikh, I. M., Qureshi, M. A., Noordin, K., Shaikh, J. M., Khan, A., & Shahbaz, M. S. (2020). Acceptance of Islamic financial technology (FinTech) banking services by Malaysian users: An extension of technology acceptance model. *Foresight*, 22(3), 367-383.

---

# Βιβλιογραφία 4/4

---

Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449-459.

---

Singh, N., Sinha, N., & Liébana-Cabanillas, F. J. (2020). Determining factors in the adoption and recommendation of mobile wallet services in India: Analysis of the effect of innovativeness, stress to use and social influence. *International Journal of Information Management*, 50, 191-205.

---

Srite, M., & Karahanna, E. (2006). The Role of Espoused National Cultural Values in Technology Acceptance. *MIS Quarterly*, 30, 679-704.

---

Thakur, A. (2019). Fintech and banking\_ What do we know? | *Elsevier Enhanced Reader. Journal of Financial Intermediation*, Volume 41, January 2020, 100-833

---

Thakur, R., & Srivastava, M. (2013). Customer usage intention of mobile commerce in India: An empirical study. *Journal of Indian Business Research*, 5(1), 52-72

---

Thakur, R., & Srivastava, M. (2014). Adoption readiness, personal innovativeness, perceived risk and usage intention across customer groups for mobile payment services in India. *Internet Research*, 24(3), 369-392.

---

Tiago, O., Manoj, T. A., Concalo, B., & Filipe, C. (2016). (1) (PDF) *Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology*. 404-414

---

To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business and Management*, 8(1). 189-661

---

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 36(1), 157-178.

---

Zhou, T. (2011). The effect of initial trust on user adoption of mobile payment. *Information Development*, 27(4), 290-300.

*Thank  
you*



**University of  
Macedonia**  
MSc in  
Applied  
Informatics