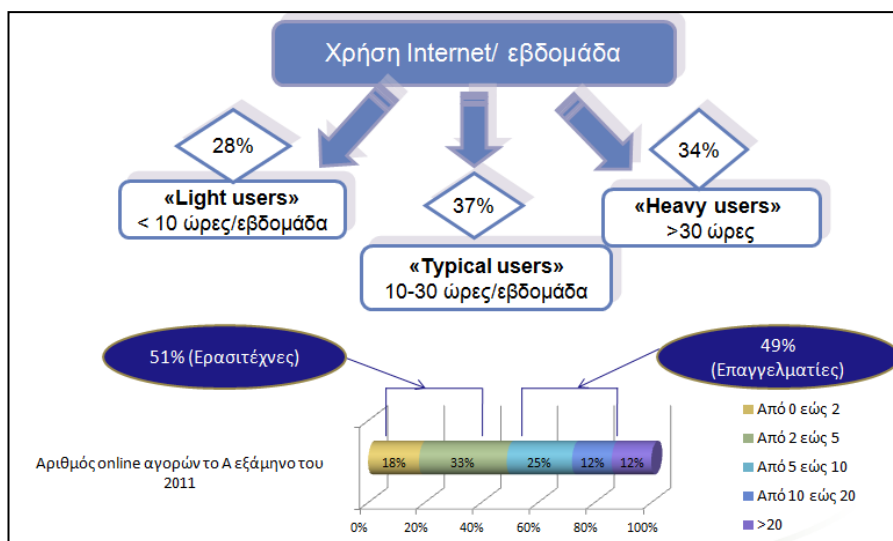


**“Αύξηση των online αγορών των καταναλωτών το 2011 κατά 30%
που θα φθάσει συνολικά τα € 1.7 δισ”
Δεκέμβριος 2011**

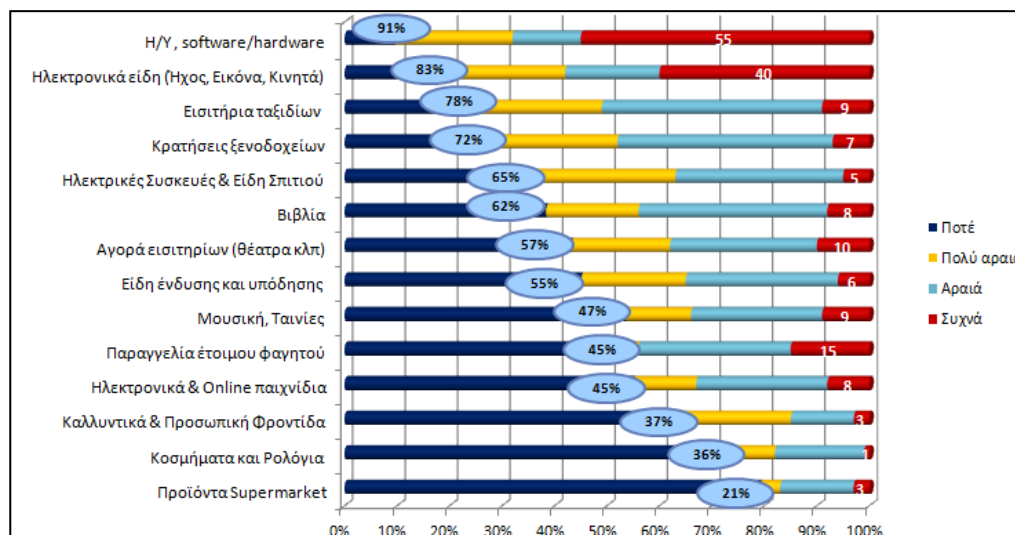
**Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN)
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών**

Ολοκληρώθηκε πρόσφατα η ετήσια έρευνα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για την “καταγραφή της συνολικής αγοράς B-C ηλεκτρονικού εμπορίου και την συμπεριφορά των Ελλήνων on-line καταναλωτών”. Παρά τις σταθεροποιητικές τάσεις το Έξάμηνο, οι συνολικές αγορές για προϊόντα και υπηρεσίες των Ελλήνων καταναλωτών διακυμάνθηκαν το 2011 στα € 1,7 δις σημειώνοντας αύξηση 30% σε σχέση με το 2010. Αυτή την στιγμή 1,5 εκ. on-line Έλληνες καταναλωτές αγοράζουν κατά μέσο όρο 14-15 φορές / χρόνο από το Internet, ξοδεύοντας € 1.150 / χρόνο εκ των οποίων τα 2/3 κατευθύνονται σε Ελληνικά sites. Η ετήσια συχνότητα και αξία αγορών των Ελλήνων on-line καταναλωτών είναι πλέον αντίστοιχη των Ευρωπαϊκών μέσων όρων.



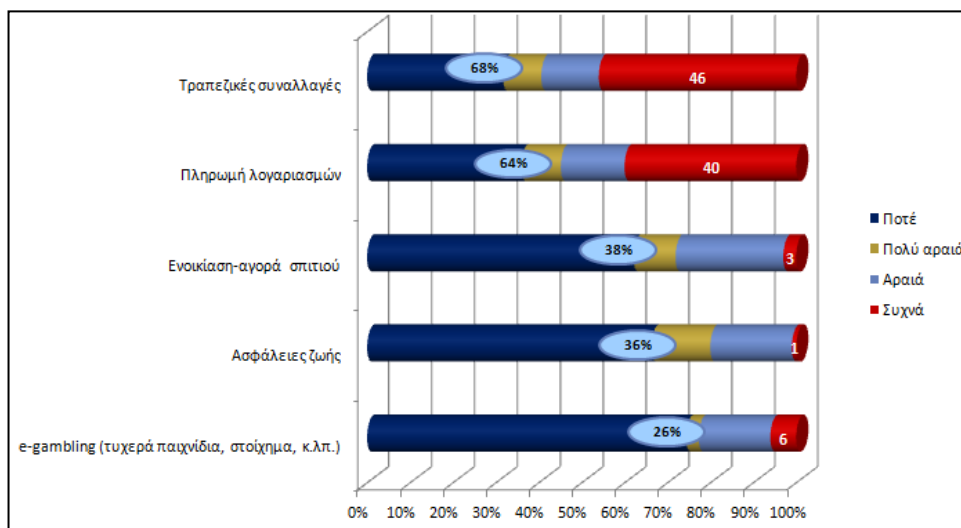
On-line Καταναλωτές: “Επαγγελματίες” στο Internet και στις Αγορές

Ο τυπικός Έλληνας on-line καταναλωτής είναι σοβαρός χρήστης του Internet αφού το 70% χρησιμοποιεί το ψηφιακό αυτό μέσο πάνω από 10 ώρες την εβδομάδα. Επίσης θεωρείται επαγγελματίας αγοραστής αφού το 50% κάνει τουλάχιστον 2 on-line αγορές τον μήνα. Παρατηρούμε επίσης μια σταδιακή διασπορά του προφίλ τους όσον αφορά την γεωγραφική τους προέλευση (50% από την επαρχία, τα επαγγέλματα και την ηλικία (αφού το 1/3 είναι πλέον πάνω των 35 ετών).



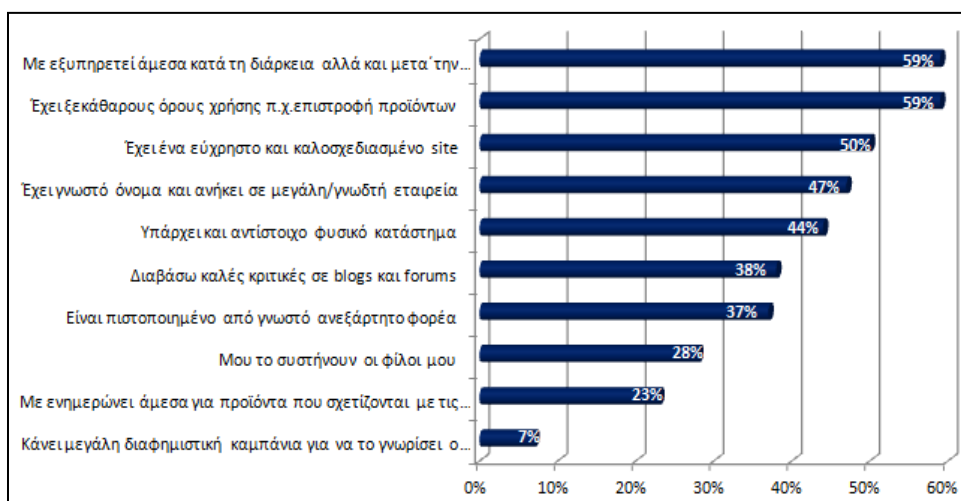
On-line Αγορές: Ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών

Η ποικιλία και η πυκνότητα των on-line αγορών το 2011 αυξήθηκε σημαντικά σε σχέση με το 2010, ενώ τα best-sellers παραμένουν οι Η/Υ, ηλεκτρονικά είδη, εισιτήρια ταξιδιών, κρατήσεις ξενοδοχείων, είδη σπιτιού και βιβλία. Παρ' όλα αυτά οι κατηγορίες που είχαν την μεγαλύτερη αύξηση το 2011 ήταν το έτοιμο φαγητό, καλλυντικά / προσωπική φροντίδα, κοσμήματα/ωρολόγια, προϊόντα σούπερ μάρκετ και είδη ένδυσης / υπόδησης. Οι αυξήσεις αυτές οφείλονται στην σχετική προώθηση που κάνουν τα sites ημερησίων προσφορών, οι διατροφικές αλλαγές των Ελλήνων λόγω της οικονομικής ύφεσης αλλά και η σταδιακή σύγκλιση με τις κύριες κατηγορίες αγορών στην Ευρώπη. Υπάρχει επίσης σημαντική αύξηση χρήσης και των αγορών από τα sites ημερησίων προσφορών που για το Ά Εξάμηνο του 2011 εκπροσώπησαν πλέον το 20% των συνολικών on-line αγορών. Αυτή την στιγμή το 60% των on-line αγοραστών αγοράζει από sites προσφορών.



Άλλες δημοφιλείς διαδικτυακές συναλλαγές των on-line αγοραστών

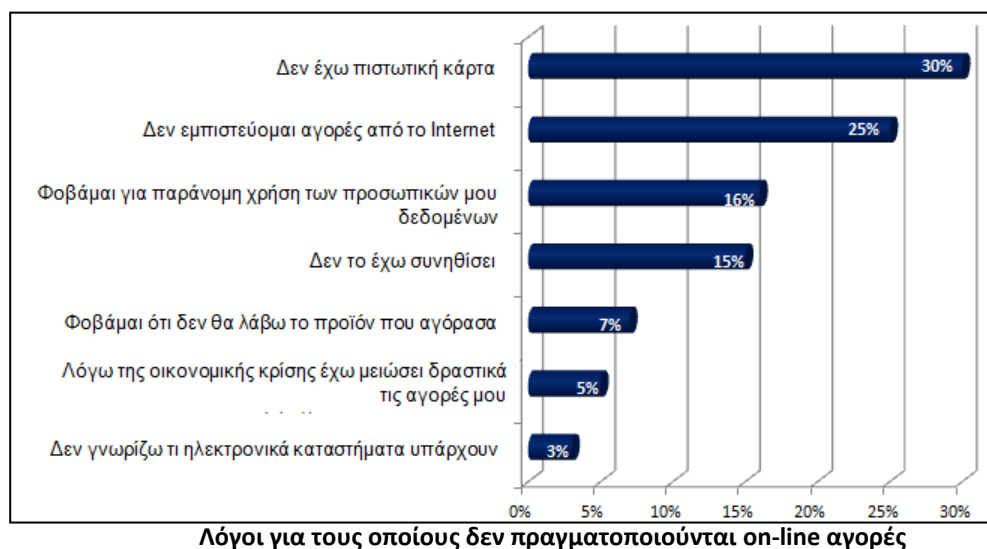
Ενδιαφέρον είναι και το γεγονός ότι πέρα από τις κλασικές αγορές, οι Έλληνες on-line καταναλωτές εμπλέκονται ενεργά και σε άλλες ηλεκτρονικές συναλλαγές αφού τα 2/3 πλέον εκπληρώνουν τις τραπεζικές συναλλαγές και πληρωμές λογαριασμών ηλεκτρονικά. Επίσης 1/3 προσπαθεί να διαχειρισθεί ηλεκτρονικά θέματα ενοικίασης και αγοράς / πώλησης ακινήτων, ενώ πολύ ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι νέες τάσεις όπου 1/4 πλέον προσπαθεί να βρει ασφάλειες μέσω του Internet ενώ τα ίδια ποσοστά on-line καταναλωτών παίζουν ηλεκτρονικά τυχερά παιχνίδια και στοιχήματα. Τα τελευταία στοιχεία καταδεικνύουν και το πρόσφατο επιχειρηματικό ενδιαφέρον ανάδειξης και αξιοποίησης των προοπτικών αυτών.



Ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το εμπιστεύομαι και με κερδίζει ως πελάτη όταν ...

Η ωριμότητα πλέον των on-line Ελλήνων καταναλωτών διαφαίνεται και από το γεγονός ότι οι βασικοί παράγοντες εμπιστοσύνης για αγορές από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα είναι η εξυπηρέτηση κατά την διάρκεια της αγοράς και μετά (59%), οι ξεκάθαροι όροι χρήσης του ηλεκτρονικού καταστήματος από τους καταναλωτές (59%), ενώ η ευχρηστία / καλοσχεδιασμένο

site από την πρώτη θέση το 2010 είναι στην τρίτη (με 50%). Σημαντικοί παράγοντες είναι “καλές κριτικές σε blogs / forums” (38%) και “πιστοποίηση από ανεξάρτητο φορέα” (37%). Παρ’ όλα αυτά παραμένει ισχυρή η διάθεση για χαμηλές τιμές, αφού το 25% θα αγόραζε από ένα ηλεκτρονικό κατάστημα ακόμα και αν δεν κάλυπτε κάποια από τα παραπάνω κριτήρια αν είχε χαμηλές τιμές και καλές προσφορές.



Οι βασικοί λόγοι για να μην αγοράζουν οι Έλληνες χρήστες internet είναι έλλειψη πιστωτικής κάρτας και έλλειψη εμπιστοσύνης στις ηλεκτρονικές αγορές καθώς και ο φόβος παράνομης χρήσης προσωπικών δεδομένων. Σίγουρα η εμπιστοσύνη χτίζεται σταδιακά για αυτό και η έρευνα καταγράφει ότι 1 στους 5 Έλληνες χρήστες του internet που δεν κάνουν τώρα on-line αγορές θα ξεκινήσουν να κάνουν τέτοιες αγορές μέσα στο 2012.

Για πληροφορίες: Καθηγητής Γ. Δουκίδης (e-mail: gjd@aueb.gr), Κ. Φραϊδάκη (e-mail: fraidaki@aueb.gr)