



E-BUSINESS RESEARCH CENTER

ELTRUN

ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS

Ανακοίνωση τύπου

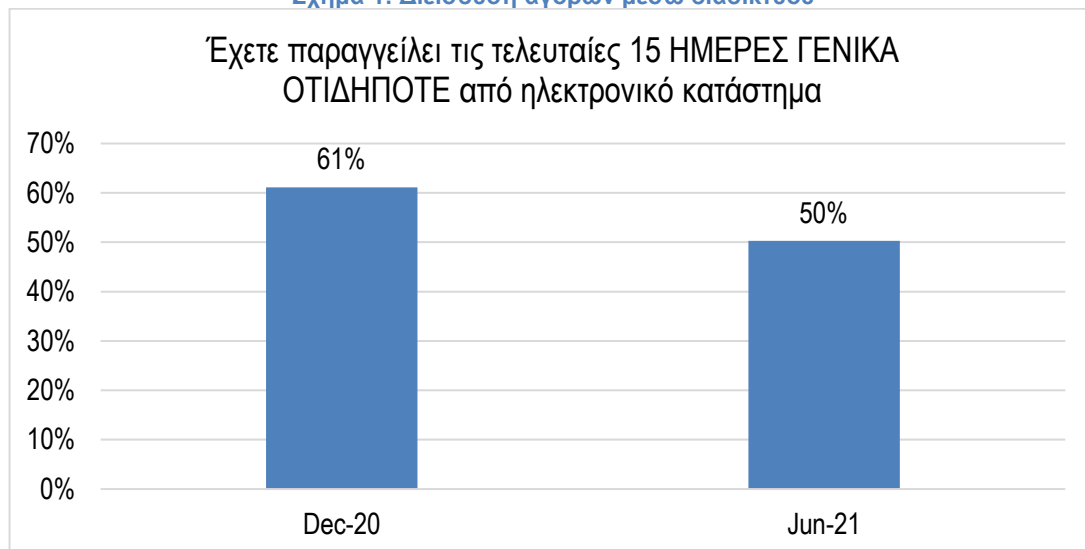
27/7/2021

Εξαμηνιαία Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου B-C:

- 5 στους 10 χρήστες διαδικτύου πραγματοποίησαν online αγορά εξ αποστάσεως τον τελευταίο μήνα
- 55% των online καταναλωτών δηλώνουν πλήρως ικανοποιημένοι με την παράδοση των προϊόντων
- Παρ' ότι έχει μειωθεί οριακά η ένταση των online αγορών σε σχέση με τον Δεκέμβριο 2020, το 44% των online καταναλωτών θα συνεχίσει σίγουρα να αγοράζει συστηματικά μέσω διαδικτύου και το επόμενο διάστημα
- 1 στους 2 χρήστες του διαδικτύου έχει πολυκαναλική τάση αφού κάνει έρευνα αγοράς στο διαδίκτυο πριν αγοράσει τελικά σε φυσικό κατάστημα

Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος ολοκλήρωσε την 4η εξαμηνιαία έρευνα καταγραφής των online καταναλωτικών τάσεων στο λιανεμπόριο, με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η έρευνα έλαβε χώρα τον Ιούνιο-Ιούλιο του 2021 σε πανελλήνιο δείγμα 857 καταναλωτές χρήστες του Διαδικτύου.

Σχήμα 1: Διείσδυση αγορών μέσω διαδικτύου



Η σημασία επίδρασης της κρίσης του COVID-19 καταγράφεται στην διατήρηση της αύξησης των ηλεκτρονικών αγορών ακόμα και μετά την λήξη των μέτρων περιορισμού κυκλοφορίας και του ανοίγματος των φυσικών καταστημάτων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας (σχήμα 1), το 50% των χρηστών

διαδικτύου προέβη σε κάποια αγορά μέσω διαδικτύου το τελευταίο 15ήμερο, ποσοστό να μην χαμηλότερο από την μέτρηση του Δεκεμβρίου (61%), αλλά διπλάσιο σε σχέση με τον Δεκέμβριο 2019 (26%).

Τα ποσοστά ικανοποίησης από τις υπηρεσίες παράδοσης, παρά τα σαφώς βελτιωμένα αποτελέσματα, εξακολουθούν να είναι ένας πιθανώς ανασταλτικός παράγοντας για την περαιτέρω ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών. Όπως φαίνεται στο σχήμα 2, στην γενική ερώτηση σε σχέση με την ικανοποίηση από τις υπηρεσίες παράδοσης για όλα τα είδη το 55% δηλώνει πολύ ικανοποιημένο. Το 27% δηλώνει λίγο ικανοποιημένο και το 18% καθόλου ικανοποιημένο. Τα ποσοστά ικανοποίησης είναι σαφώς υψηλότερα σε σχέση με την μέτρηση του Δεκεμβρίου του 2020, οπότε και το 38% δήλωνε πολύ ικανοποιημένο, το 26% λίγο και 25% καθόλου.

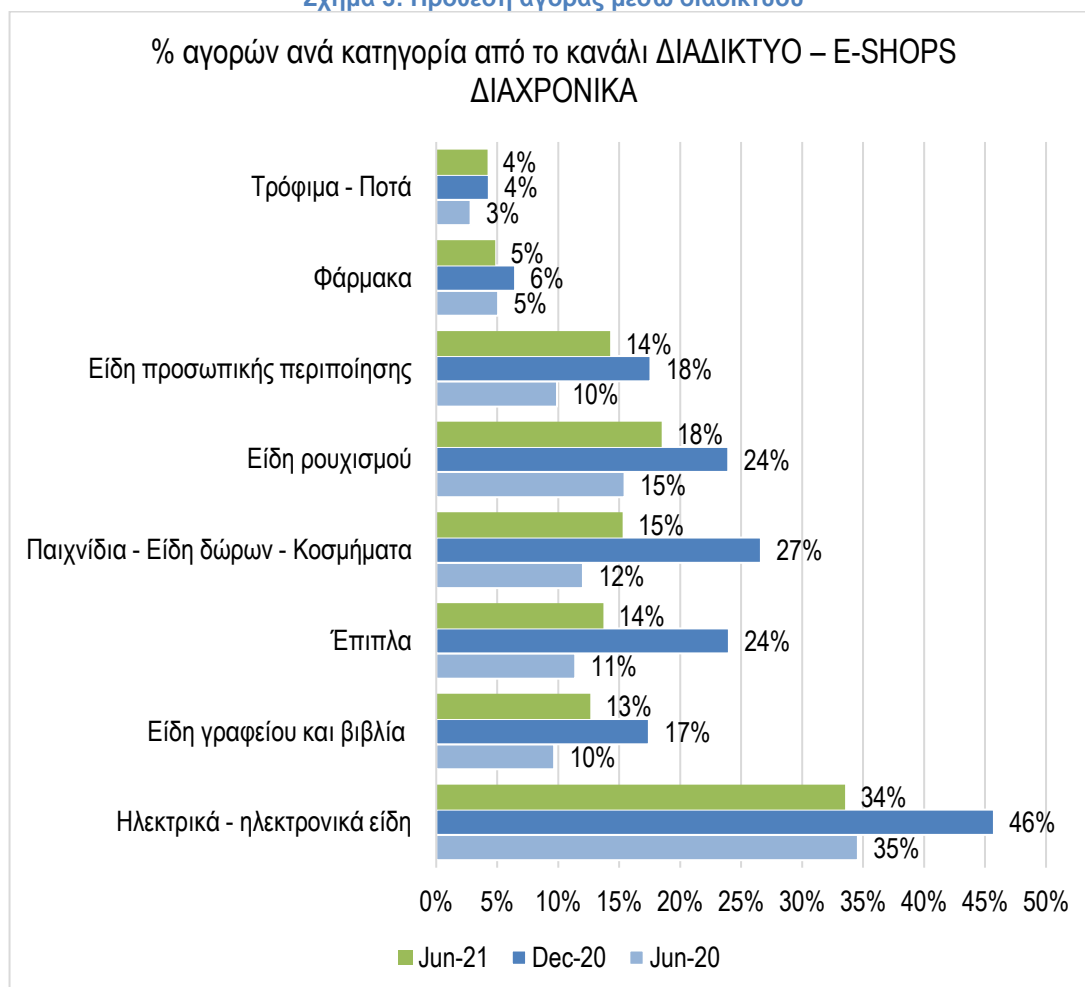
Σχήμα 2: Πρόθεση αγοράς μέσω διαδικτύου



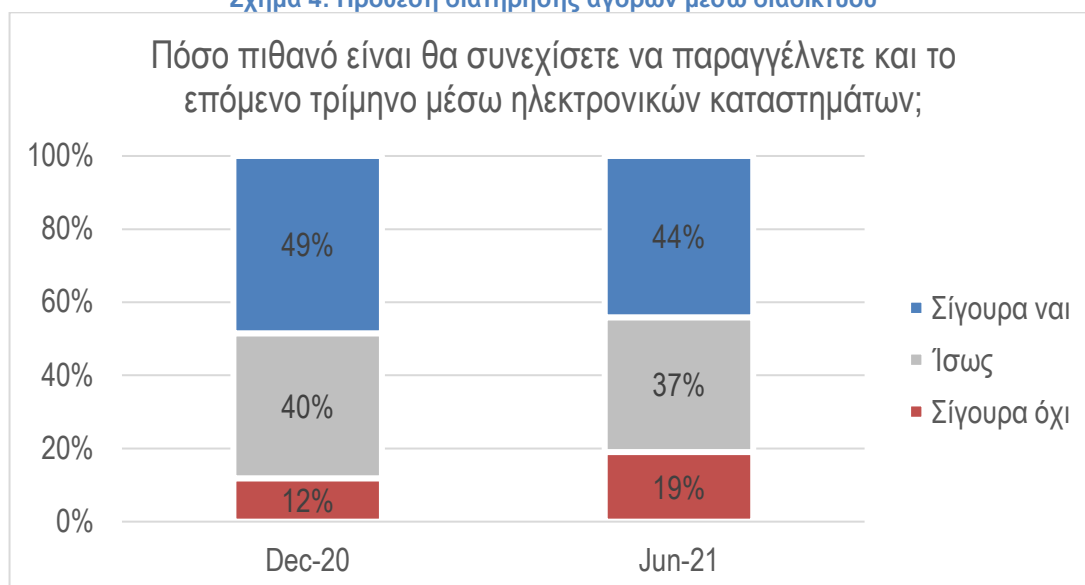
Παρά τη βελτιωμένη αυτή εικόνα, η μικρή μείωση στην διείσδυση του καναλιού των ηλεκτρονικών αγορών από 61% σε 50% στο σχήμα 1 δείχνει ότι σε ένα βαθμό η υιοθέτηση ή μη του καναλιού αυτού για κάποιους από τους καταναλωτές επηρεάζεται περισσότερο από άλλους παράγοντες, όπως για παράδειγμα ήταν τα μέτρα περιορισμού κυκλοφορίας και το lockdown.

Όπως καταγράφεται στο σχήμα 3 η πρόθεση αγοράς μέσω διαδικτύου ανά κατηγορία τον Ιούλιο του 2021 σε σχέση με τον Δεκέμβριο του 2020 παρουσιάζει μείωση, αλλά τα ποσοστά είναι σαφώς υψηλότερα σε σχέση με τον Ιούνιο του 2020, στους πρώτους μήνες της πανδημίας. Τα υψηλότερα ποσοστά καταγράφονται στην κατηγορία Ηλεκτρικά-Ηλεκτρονικά είδη με 34%. Ακολουθούν τα είδη ρουχισμού με 18%, τα παιχνίδια και είδη δώρων με 15%, τα είδη προσωπικής περιποίησης με 14%, τα έπιπλα με 14%, τα είδη γραφείου και βιβλία με 13% και τα χαμηλότερα ποσοστά καταγράφονται στα φάρμακα με 5% και στα τρόφιμα ποτά με 4%.

Σχήμα 3: Πρόθεση αγοράς μέσω διαδικτύου



Σχήμα 4: Πρόθεση διατήρησης αγορών μέσω διαδικτύου



Η σημασία της αλλαγής που έχει φέρει η περίοδος της πανδημίας 2020-2021 στις ηλεκτρονικές αγορές αναδεικνύεται ακόμα περισσότερο όταν συνδυάζεται με τα ευρήματα του σχήματος 4. Το 44% δηλώνει ότι θα συνεχίσει να αγοράζει μέσω διαδικτύου ακόμα και μετά το άνοιγμα των φυσικών καταστημάτων, ποσοστά ελάχιστα μειωμένο από το 49% της προηγούμενης μέτρησης. Φαίνεται λοιπόν, ότι η αλλαγή που έχει επέλθει στις αγοραστικές συνήθειες θα διατηρηθεί σε ένα μεγάλο βαθμό και μετά την επίλυση του υγειονομικού προβλήματος. Άλλωστε όπως φαίνεται

στο σχήμα 5, ο καταναλωτής έχει «εκπαιδευτεί» πλέον στην ενσωμάτωση των ηλεκτρονικών καταστημάτων στη διαδικασία αγορών του μέσω της σύγκρισης τιμών και προϊόντων στο διαδίκτυο. Συγκεκριμένα το 56% δηλώνει ότι κάνει συχνά ή πάντα έρευνα αγοράς στο διαδίκτυο πριν αγοράσει τελικά σε φυσικό κατάστημα, ενώ επίσης 37% κάνει το αντίστροφο, δηλαδή έρευνα αγοράς σε φυσικά καταστήματα πριν παραγγείλει από e-shop.

Σχήμα 5: Πολυκαναλικές τάσεις στην έρευνα αγοράς των καταναλωτών



Τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφουν τη σημαντική αλλαγή που επήλθε στο καταναλωτικό κοινό την τελευταία χρονιά και την μεγάλη επίδραση της κρίσης του COVID-19 μέσω του διαδικτύου στην αγορά της λιανικής στην Ελλάδα.

Για περισσότερες πληροφορίες:

ΣΕΛΠΕ / Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος
www.selpe.gr
 Τηλέφωνο: 210 672 7385
 E-mail: selpe@selpe.gr