



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ



ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΕΘΝΙΚΗΣ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Πειραιάς, 28 Ιανουαρίου 2010

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

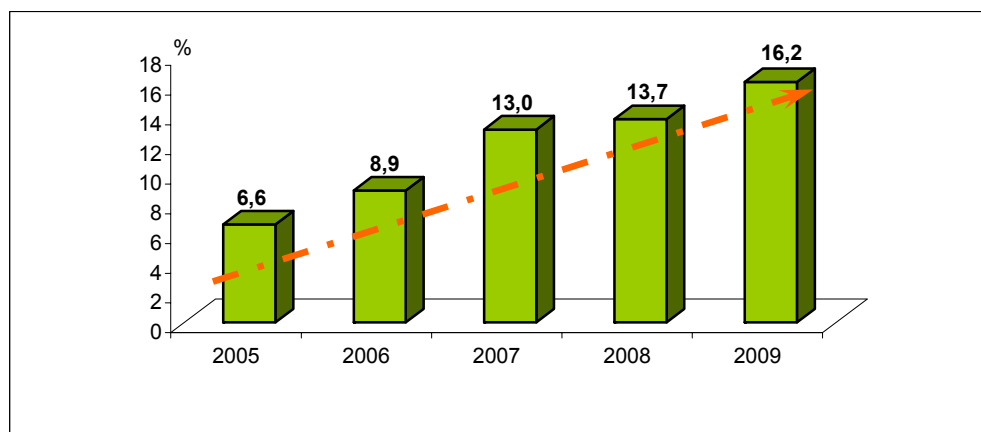
- Παραμένουν επιφυλακτικοί οι Έλληνες στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών για προσωπική χρήση
- Αύξηση 18,2% στην αγορά / παραγγελία αγαθών ή υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου

ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ (ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ): Έτος 2009

Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρείται κάθε εμπορική συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω διαδικτύου με τη χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή ή κινητού τηλεφώνου. Ειδικότερα, η έρευνα καταγράφει τις ηλεκτρονικές αγορές που πραγματοποιούνται αποκλειστικά για **προσωπική** (και όχι επαγγελματική) χρήση και με τις προϋποθέσεις ότι αφενός η παραγγελία πραγματοποιείται on-line μέσω της ιστοσελίδας και όχι με ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail), αφετέρου ότι για τα αποκτηθέντα / παραγγελθέντα είδη ή υπηρεσίες καταβάλλεται κάποιο χρηματικό αντίτιμο.

Σύμφωνα με την έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά, αύξηση 18,2%, παρατηρείται σε σχέση με το 2008, στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών για προσωπική χρήση. Το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που κατά το Α' τρίμηνο του έτους 2009 πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές ανέρχεται στο 16,2%.

Ηλεκτρονικό εμπόριο: Α' τρίμηνο 2005 – 2009



Πληροφορίες:
Δ/νση Στατιστικών Πληθυσμού &
Αγοράς Εργασίας
Τμήμα Ειδικών Ερευνών Νοικοκυριών
Γ. Ντούρος: τηλ.: 210 485 2174, fax: 210 485 2906
Μ. Χαλκιαδάκη
τηλ.: 210 485 2896
Ι. Ζουλιάνης
τηλ.: 210 485 2941

Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των αγορών, μέσω του διαδικτύου, για το διάστημα 2005 – 2009, ανέρχεται στο 26,1%.

Το προφίλ όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές / παραγγελίες είναι άτομα ηλικίας 25 – 34 ετών, μισθωτοί και απόφοιτοι ανώτερης ή ανώτατης εκπαίδευσης. (Γραφήματα 1 – 3).

Τα **προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν ή παραγγέλθηκαν** από το διαδίκτυο για προσωπική χρήση, κατά τη χρονική περίοδο Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009, είναι, κυρίως, εισιτήρια για εκδηλώσεις, όπως συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ. (30,9%), εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός, (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή (28,3%) και ηλεκτρονικές συσκευές όπως βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ. (27,3%).

Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που παρουσιάζουν μεγαλύτερη αύξηση σε σχέση με το 2008 είναι τα εισιτήρια για εκδηλώσεις (42%), οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες και οι υπηρεσίες διαμονής (41%), καθώς και οι ηλεκτρονικές συσκευές – βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVD's κλπ. (29%). Αναλυτικά, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν ή παραγγέλθηκαν ηλεκτρονικά κατά το χρονική περίοδο Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009 παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.

Το ποσοστό της on-line παράδοσης (και όχι παράδοση κατ' οίκον, πχ. με το ταχυδρομείο) προϊόντων και υπηρεσιών, για τα οποία υπάρχει αυτή η δυνατότητα, όπως ταινίες, μουσική, βιβλία, λογισμικό υπολογιστή και εισιτήρια για εκδηλώσεις ή για ταξίδια, ανέρχεται στο 39% επί του συνόλου αυτού του είδους των αγορών.

Όσον αφορά στη γεωγραφική κατανομή των ηλεκτρονικών αγορών, το Γράφημα 4 παρουσιάζει τα κυριότερα είδη αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν μέσω του διαδικτύου τους τελευταίους 12 μήνες (Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009), στις τέσσερις μεγάλες γεωγραφικές περιοχές της Χώρας.

Αν και στην έρευνα του 2006 από τους βασικότερους αποτρεπτικούς λόγους για να πραγματοποιήσει κάποιος ηλεκτρονικές αγορές ήταν το ότι θα έπρεπε να δώσει στο διαδίκτυο στοιχεία πιστωτικής / χρεωστικής κάρτας ή άλλα προσωπικά στοιχεία (45% όσων δεν πραγματοποίησαν αγορές / παραγγελίες κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2005 – Μάρτιος 2006), το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009 το αντίστοιχο ποσοστό μειώθηκε σε 26,4%. Όσον αφορά στους **τρόπους πληρωμής** που προτιμώνται από τους αγοραστές, το 48,7% όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές πληρώνει το αντίτιμο των αγορασθέντων προϊόντων ή υπηρεσιών με πιστωτική ή χρεωστική κάρτα. Σε ποσοστό 29,4%, το αντίτιμο των αγορών καταβάλλεται μέσω τυπικής τραπεζικής συναλλαγής, ενώ σε ποσοστό 25,2% γίνεται χρήση προπληρωμένης κάρτας ή προπληρωμένου λογαριασμού (paypal).

Προβλήματα κατά την πραγματοποίηση αγορών, για το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009, ανέφερε ότι αντιμετώπισε μόνο το 8,4% όσων χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο και πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές κατά το ίδιο χρονικό διάστημα. Τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάστηκαν ήταν η παράδοση λάθος ή κατεστραμμένων προϊόντων και υπηρεσιών (31,4%) και το ότι εξαπατήθηκαν, πχ. δεν παρέλαβαν το προϊόν / υπηρεσία, έγινε κακή χρήση της κάρτας τους κλπ. (22,1%). Με χαμηλότερα ποσοστά ακολουθούν τα προβλήματα που σχετίζονται με το τελικό κόστος, το οποίο ήταν υψηλότερο από το αναγραφόμενο, (9%) και με τεχνικές βλάβες που συμβαίνουν στην ιστοσελίδα κατά την ώρα της παραγγελίας ή της πληρωμής (8,9%).

Τα σημαντικότερα **κίνητρα** για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών για προσωπικούς λόγους είναι:

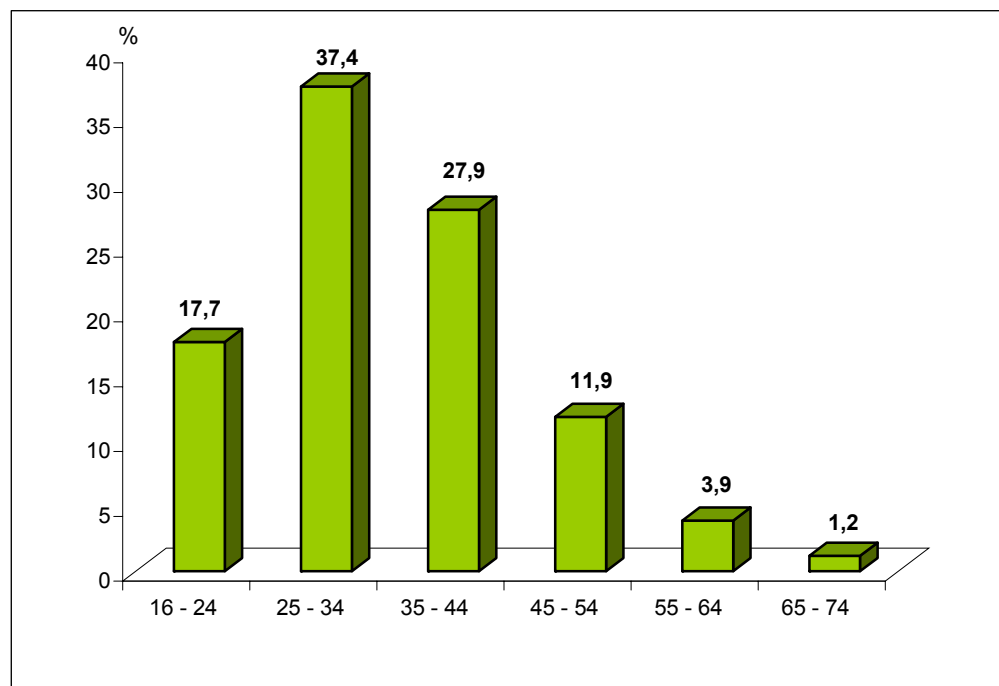
- Οι χαμηλότερες τιμές (66,3%).
- Η ευκολία των αγορών, δηλαδή λιγότερος χρόνος, αγορές όποτε θέλεις, διασυννοριακές αγορές κλπ. (66,2%).
- Η δυνατότητα αγοράς προϊόντων που δεν είναι διαθέσιμα στην περιοχή τους (62,7%).
- Η σιγουριά για νόμιμα δικαιώματα και εγγυήσεις (58,6%).
- Η αξιοπιστία των ιστοσελίδων (56,5%).
- Η μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων / υπηρεσιών (53,0%).
- Η εύκολη χρήση των ιστοσελίδων (49,4%).
- Οι γνώμες / αξιολόγηση άλλων χρηστών που είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα (30,9%).

Σε ποσοστό που υπερβαίνει το 90% οι υποψήφιοι αγοραστές αναφέρουν ότι διαβάζουν πάντα ή μερικές φορές τους όρους αγοράς που αναγράφονται στις ιστοσελίδες, ενώ πάνω από τους μισούς (57%) χρήστες του διαδικτύου αναφέρουν ότι δε γνωρίζουν συγκεκριμένα **θεμελιώδη δικαιώματα**, τα οποία έχουν οι καταναλωτές χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης όταν πραγματοποιούν **on-line ηλεκτρονικές αγορές**. Αντίθετα, το 35,2% γνωρίζει ότι ο πωλητής οφείλει να προστατεύει τα προσωπικά και οικονομικά δεδομένα του αγοραστή, το 31,2% ότι ο αγοραστής έχει δικαίωμα να ενημερωθεί για τους όρους της συμφωνίας που υπογράφει, το 23,3% ότι η παράδοση των προϊόντων πρέπει να γίνεται το πολύ εντός 30 ημερών από την ημέρα της παραγγελίας, εκτός εάν έχει συμφωνηθεί διαφορετικά, και τέλος μόνο το 20,7% γνωρίζει ότι για ακύρωση παραγγελίας, για τα περισσότερα είδη, ο αγοραστής δικαιούται αποζημίωση εντός σύντομου χρονικού διαστήματος.

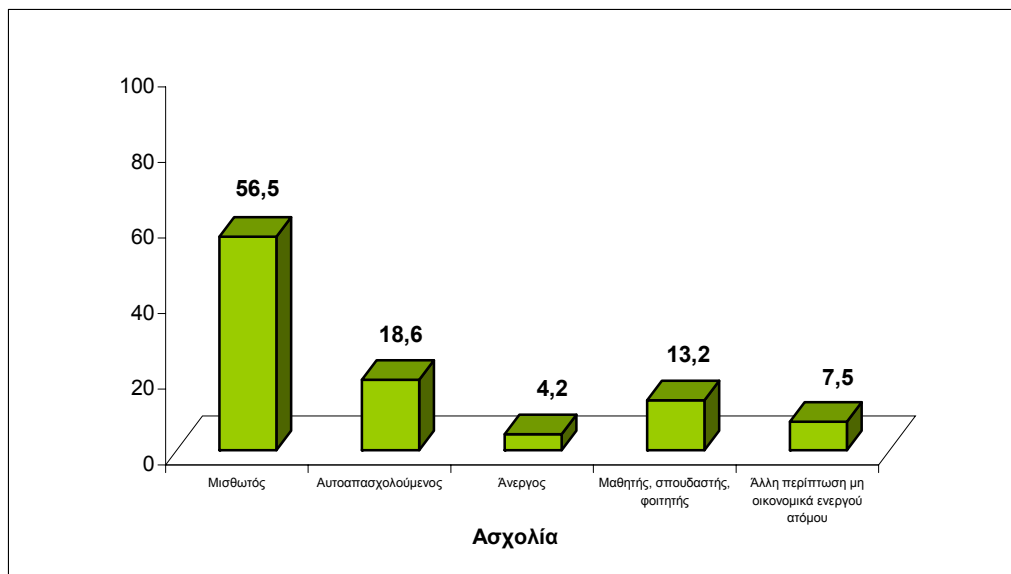
Σε ποσοστό 64%, περίπου, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παραγγέλλονται και αγοράζονται από το διαδίκτυο είναι από εγχώριους πωλητές.

Το 79,1% όσων χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο δεν πραγματοποίησε ηλεκτρονικές αγορές και οι κυριότεροι λόγοι γι' αυτό, όπως προκύπτει από την έρευνα, είναι η μη αναγκαιότητα και η συνήθεια. Αναλυτικά οι λόγοι για τους οποίους όσοι χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο δεν πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές, κατά τους τελευταίους 12 μήνες, αναφέρονται στον Πίνακα 2.

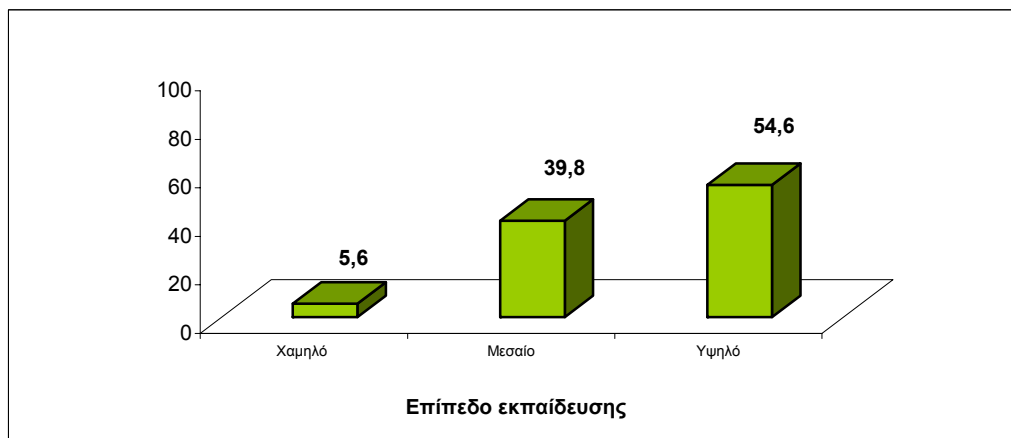
Γράφημα 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά ηλικιακή ομάδα χρήση: Α' Τρίμηνο 2009



Γράφημα 2. Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά ασχολία χρήστη: Α΄ Τρίμηνο 2009

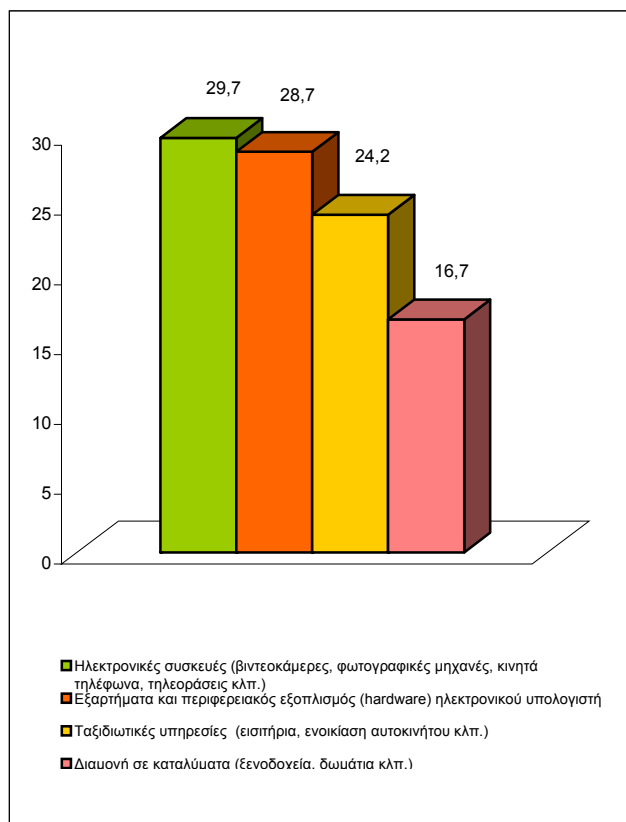


Γράφημα 3. Ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά επίπεδο εκπαίδευσης χρήστη: Α΄ Τρίμηνο 2009

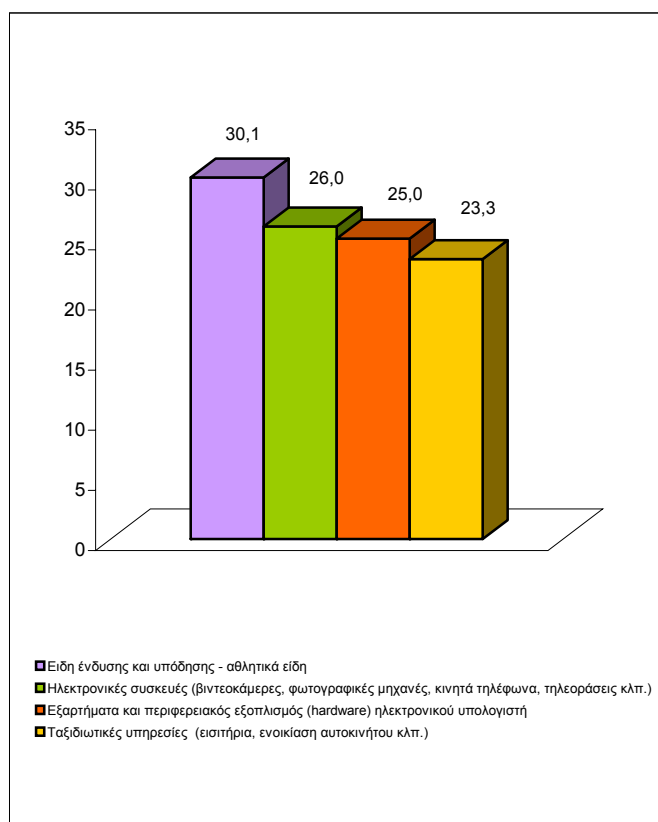


Γράφημα 4. Ποσοστιαία κατανομή (%) των κυριότερων ειδών αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν κατά μεγάλη γεωγραφική περιοχή της Χώρας

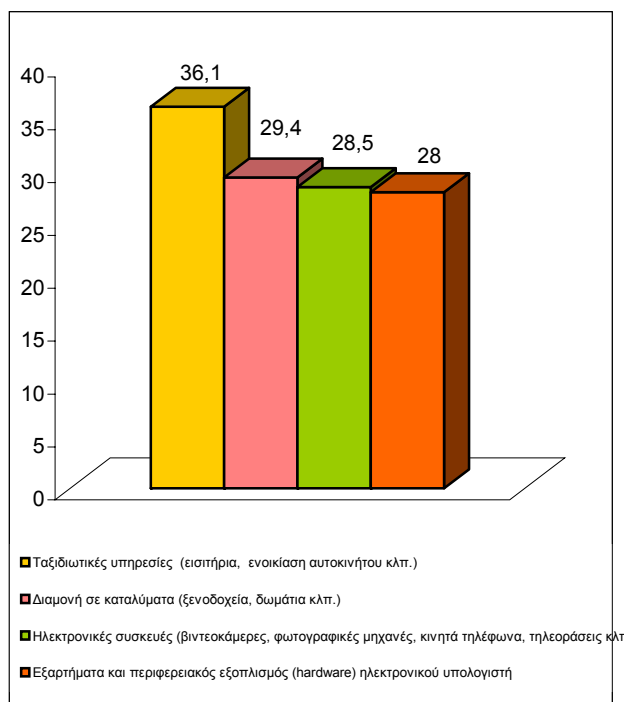
α. Βόρεια Ελλάδα



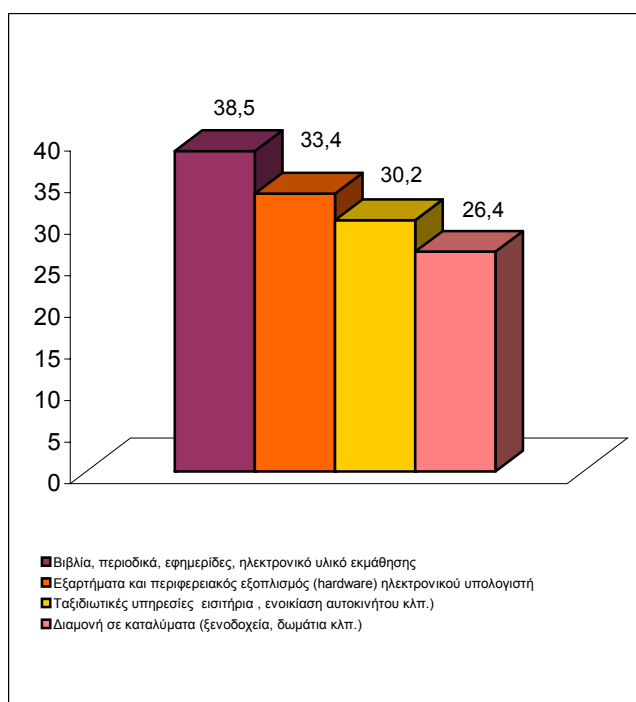
β. Κεντρική Ελλάδα



γ. Αττική



δ. Νησιά Αιγαίου και Κρήτη



Πίνακας 1. Αγαθά και υπηρεσίες που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν: Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009

ΑΓΑΘΑ – ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	% του συνολικού αριθμού αγορών
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοίκιαση αυτοκινήτου κλπ.)	30,9
Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή	28,3
Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.)	27,3
Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.)	23,7
Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη	23,2
Βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης	22,7
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.)	20,3
Ταινίες, μουσική (DVDs, CDs, βιντεοκασέτες κλπ.)	13,1
Οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης κλπ.)	11,8
Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή (εξαιρουμένων computer games και video games)	10,9
Άλλα (κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων κλπ.)	8,7
Παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδομηχανές	8,2
Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Nova–, συνδρομές ευρυζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου, καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κλπ.)	3,5
Μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους)	3,0
Είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου	2,4
Φάρμακα	2,1

Πίνακας 2. Λόγοι μη πραγματοποίησης ηλεκτρονικών αγορών

ΛΟΓΟΙ	% του συνολικού αριθμού όσων δεν πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2008 – Μάρτιος 2009
Δε χρειάστηκε	47,5
Προτιμούν να αγοράζουν τα προϊόντα οι ίδιοι και να τα βλέπουν, έχουν εμπιστοσύνη σε συγκεκριμένα καταστήματα, θέμα συνήθειας	40,9
Τους ανησυχεί να δίνουν τα προσωπικά τους στοιχεία	31,7
Θέμα ασφάλειας / τους ανησυχεί να δίνουν στοιχεία της πιστωτικής τους κάρτας	26,4
Υπάρχει έλλειψη εμπιστοσύνης σχετικά με την παραλαβή ή την επιστροφή των προϊόντων / είναι δύσκολο να παραπονεθούν ή να αποζημιωθούν για ελαττωματικά προϊόντα	12,7
Δε διαθέτουν κάρτα χρεωστική, πιστωτική ή άλλη	12,1
Έλλειψη απαιτούμενων δεξιοτήτων	10,3
Άλλοι λόγοι	8,9
Είναι δύσκολο να βρουν πληροφορίες για αγαθά ή υπηρεσίες στις ιστοσελίδες	1,1
Η παράδοση των προϊόντων είναι προβληματική (καθυστέρηση κλπ.)	0,8
Τεχνικοί περιορισμοί. Η ταχύτητα σύνδεσης με το διαδίκτυο είναι πολύ αργή	0,8

ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά	Η Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα νοικοκυριά (Information and communication technology - ICT) είναι μέρος ενός κοινοτικού στατιστικού προγράμματος στο οποίο συμμετέχουν όλες οι χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Βασικός στόχος της Έρευνας είναι η μελέτη, σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, του βαθμού χρήσης των τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά και ο υπολογισμός των δεικτών i_2010, που αφορούν στην Κοινωνία της Πληροφορίας.
Νομικό πλαίσιο	Η Έρευνα διενεργείται στα πλαίσια του Κανονισμού του Συμβουλίου και του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου με αριθ. 808/2004, κατόπιν απόφασης του Υπουργού Οικονομικών, βάσει συμβολαίου που προσυπογράφει η Commission (Eurostat) και η Γ.Γ. ΕΣΥΕ.
Περίοδος αναφοράς	Από 01/01/2009 έως 31/03/2009
Κάλυψη	Η Έρευνα καλύπτει τα νοικοκυριά όλης της Χώρας, ανεξάρτητα από το μέγεθος ή τα οποιαδήποτε οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους, με μόνη προϋπόθεση την ύπαρξη τουλάχιστον ενός μέλους ηλικίας 16 – 74 ετών.
Μεθοδολογία	Στην Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας εφαρμόζεται η μέθοδος της διασταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας με πρωτογενή μονάδα έρευνας την επιφάνεια (ένα ή περισσότερα ενοποιημένα οικοδομικά τετράγωνα) και τελική μονάδα έρευνας το νοικοκυριό. Το δείγμα αποτελείται συνολικά από 6.501 νοικοκυριά και ισάριθμα άτομα. Πρόκειται για υποδείγμα νοικοκυριών που ερευνήθηκαν στην Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των νοικοκυριών (SILC) των ετών 2005 – 2008 και τα οποία διαθέτουν τηλέφωνο. Η έρευνα διενεργείται τηλεφωνικά. Τα νοικοκυριά των Δήμων της πρώην Περιφέρειας Πρωτεύουσας και του πρώην Πολεοδομικού Συγκροτήματος Θεσσαλονίκης χωρίζονται σε 40 ομοιογενή και ισομεγέθη (κατά προσέγγιση) στρώματα. Κάθε στρώμα ορίζεται από τη διασταύρωση της γεωγραφικής περιφέρειας και των 4 βαθμών αστικότητας. Σε κάθε στρώμα τα νοικοκυριά που δεν επιλέγησαν από την Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των νοικοκυριών ήταν οι περιπτώσεις όπου: ▪ Το νοικοκυριό αρνήθηκε τη συνεργασία. ▪ Το νοικοκυριό ήταν εκτός πεδίου Έρευνας, δηλαδή τα μέλη του είχαν ηλικία εκτός των ορίων ηλικίας που ορίζονται στην Έρευνα. ▪ Υπήρξε αδυναμία επικοινωνίας με το νοικοκυριό, λόγω μη καταγραφής του σωστού αριθμού τηλεφώνου ή λόγω προσωρινής απουσίας.
Επίπεδο εκπαίδευσης	Χαμηλό: Δεν έχει παρακολουθήσει / ολοκληρώσει καμία βαθμίδα ή είναι απόφοιτοι Δημοτικού, Γυμνασίου, Κατώτερων Τεχνικών σχολών. Μεσαίο: Γενικό Λύκειο, ΤΕΕ, ΤΕΛ, Πολυτεχνικό, ΕΠΑΛ, ΕΠΑΣ, ΙΕΚ, ΚΕΚ. Υψηλό: ΤΕΙ, ΑΤΕΙ, ΑΕΙ, Ανώτατες Στρατιωτικές Σχολές, Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Μεταπτυχιακό, Διδακτορικό.
Μεγάλη γεωγραφική περιοχή (NUTS 1)	Βόρεια Ελλάς: Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Δυτική Μακεδονία, Θεσσαλία Κεντρική Ελλάς: Ήπειρος, Ιόνιοι Νήσοι, Δυτική Ελλάς, Λοιπή Στερεά Ελλάς, Πελοπόννησος Αττική: Αττική Νήσοι Αιγαίου και Κρήτη: Βόρειο Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο, Κρήτη
Παραπομπές	Περισσότερες πληροφορίες (πίνακες, γραφήματα, μεθοδολογία) σχετικά με την Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά μπορούν να αναζητηθούν στην ιστοσελίδα της Γ.Γ. ΕΣΥΕ www.statistics.gr στο σύνδεσμο «Στατιστικά Θέματα > Εισόδημα – Δαπάνες Νοικοκυριών > Κοινωνία της Πληροφορίας».