



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΑΡΧΗ

Πειραιάς, 22 Μαρτίου 2013

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ: Έτος 2012

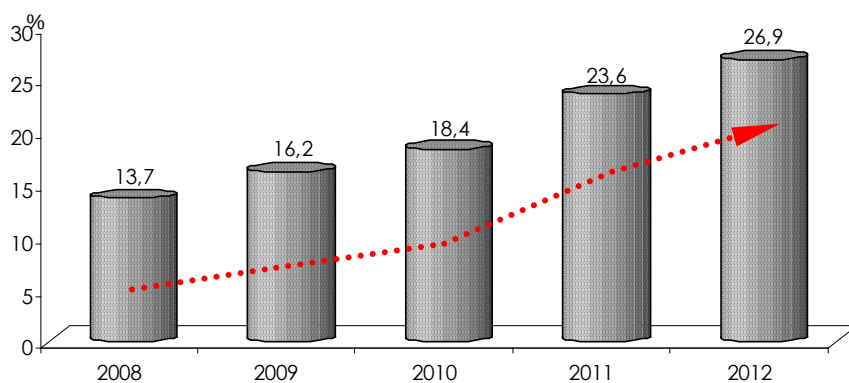
ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Η έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από τα νοικοκυριά, έτους 2012, διεξήχθη από την ΕΛΣΤΑΤ την περίοδο 15/05/2012 – 15/07/2012 σε αρχικό δείγμα 6.500 νοικοκυριών και τα κύρια αποτελέσματά της παρουσιάζονται παρακάτω. Οι περίοδοι αναφοράς των μεταβλητών της έρευνας ποικίλουν, έτσι, το Α' τρίμηνο του 2012 είναι η περίοδος αναφοράς των βασικών μεταβλητών της έρευνας (χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή, πρόσβαση στο διαδίκτυο, ηλεκτρονικές αγορές, κ.ά.), η χρονική στιγμή που διεξάγεται η έρευνα για τον τύπο σύνδεσης στο διαδίκτυο από την κατοικία και το 12μηνο Απρίλιος 2011-Μάρτιος 2012 για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση.

Γενικά

Το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που κατά το Α' τρίμηνο του 2012 πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές ανέρχεται σε 26,9%, το οποίο υποδηλοί αύξηση κατά 14,0% σε σχέση με το Α' τρίμηνο 2011. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των ατόμων που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές μέσω του διαδικτύου, για την πενταετία 2008 – 2012, ανέρχεται στο 18,5%.

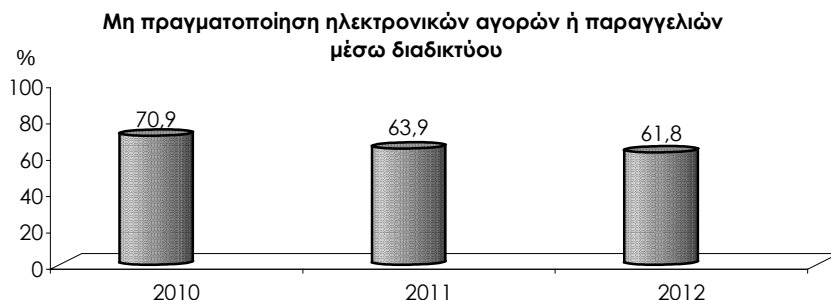
Γράφημα 1. Ηλεκτρονικό εμπόριο: Α' τρίμηνο 2008 – 2012



Πληροφορίες:
Δ/νση Στατιστικών Πληθυσμού &
Αγοράς Εργασίας
Τμήμα Ειδικών Ερευνών Νοικοκυριών
Γ. Ντούρος τηλ.: 213 135 2174
Ι. Ζουλιάνης τηλ.: 213 135 2941
Μ. Χαλκιαδάκη τηλ.: 213 135 2896
fax: 213 135 2906

Την τελευταία διετία, το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που δηλώνουν ότι μέχρι και τον Μάρτιο, κάθε έτους, δεν έχουν πραγματοποιήσει ποτέ αγορές ή παραγγελίες αγαθών μέσω του διαδικτύου μειώθηκε από 70,9% το 2010 σε 63,9% το 2011 σε 61,8% το 2012 (Γράφημα 2).

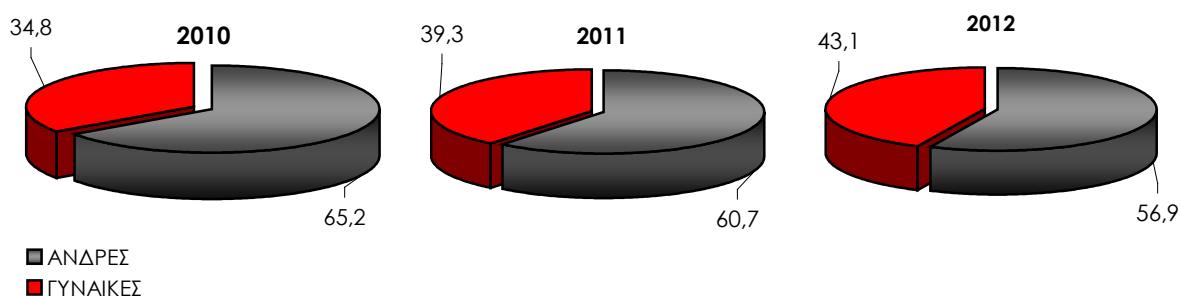
Γράφημα 2



1. Προφίλ καταναλωτών που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές

Αναλύοντας το προφίλ όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές / παραγγελίες προκύπτει ότι για το Α' τρίμηνο του 2012 το 56,9% είναι άνδρες και το 43,1% γυναίκες. Τα ποσοστά για το Α' τρίμηνο του 2011 ήταν 60,7% άνδρες και 39,3% γυναίκες και για το Α' τρίμηνο του 2010 ήταν 65,2% άνδρες και 34,8% γυναίκες (Γράφημα 3).

Γράφημα 3



Το 37,9% όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25 – 34 ετών. Όσον αφορά στο μορφωτικό επίπεδο, οι χρήστες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι ΤΕΙ/ΑΤΕΙ, ΑΕΙ ή με μεταπτυχιακές σπουδές) ανέρχονται στο 55,7% και οι μέσου μορφωτικού επιπέδου (απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ινστιτούτων επαγγελματικής κατάρτισης) στο 40,2% (Γραφ. 4).

Γράφημα 4



2. Αγοραζόμενα / παραγγελλόμενα είδη και παραγγελίες

Τα **προϊόντα ή οι υπηρεσίες** για προσωπική χρήση των οποίων οι αγορές ή παραγγελίες από το διαδίκτυο αυξήθηκαν σημαντικά κατά τη χρονική περίοδο Απριλίου 2011– Μαρτίου 2012 σε σχέση με την αντίστοιχη χρονική περίοδο του προηγούμενου έτους, είναι:

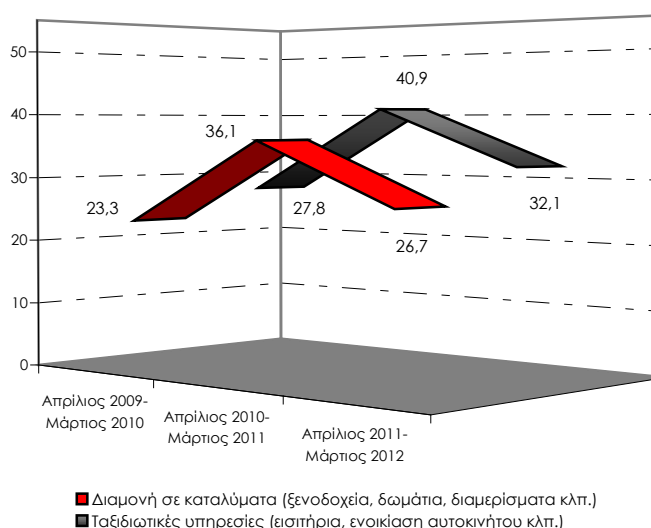
- φάρμακα, κατά 36,1%,
- είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη, κατά 28%,
- υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης, κατά 27,5%,
- είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου, κατά 25,0%,
- εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.), κατά 16,2%.

Τα είδη που οι αγορές / παραγγελίες τους καταγράφουν μείωση είναι:

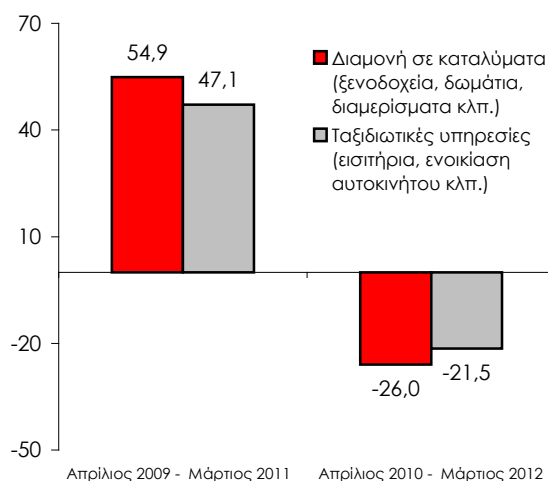
- υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Νονα–, συνδρομές ευρυζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου, καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κλπ.), κατά 40,0%,
- εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή, κατά 37,1%,
- διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.), κατά 26,0%,
- λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών (εξαιρουμένων computer games και video games) και αναβαθμίσεις αυτών, κατά 25,9%,
- παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδιομηχανές και αναβαθμίσεις αυτών, κατά 22,9%,
- ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.), κατά 21,5%

Ειδικότερα, για τις ηλεκτρονικές αγορές καταλυμάτων και ταξιδιωτικών υπηρεσιών σημειώνεται η αντιστροφή η οποία παρατηρείται στα δεδομένα την τελευταία τριετία. Σχετικά τα γραφήματα 5α και 5β που ακολουθούν.

ΓΡΑΦΗΜΑ 5α - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ & ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ



ΓΡΑΦΗΜΑ 5β - ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΕΣ ΑΥΞΟΜΕΙΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ & ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ



Αναλυτικά, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παραγγέλθηκαν ή αγοράστηκαν ηλεκτρονικά, κατά τις χρονικές περιόδους Απρίλιος 2010 – Μάρτιος 2011 και Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012, παρουσιάζονται στον πίνακα 1 που ακολουθεί (κατά φθίνουσα σειρά για τη χρονική περίοδο Απρίλιος 2011– Μάρτιος 2012):

Πίνακας 1. Αγαθά και υπηρεσίες που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν από το διαδίκτυο και αντίστοιχο ποσοστό χρηστών: Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012 σε σύγκριση με Απρίλιο 2010 – Μάρτιο 2011

Αγαθά – Υπηρεσίες	Απρίλιος 2010 – Μάρτιος 2011 %	Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012 %
Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη	32,5	41,6
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.)	40,9	32,1
Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.)	24,9	27,4
Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.)	36,1	26,7
Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.)	21,0	24,4
Οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές κλπ.)	19,8	18,8
Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή	27,8	17,5
Βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες	17,7	17,3
Άλλα (κοσμήματα, πληροφορίες από βάσεις δεδομένων κλπ.)	10,2	11,6
Ταινίες, μουσική (DVDs, CDs, βιντεοκασέτες κλπ.)	9,6	10,1
Λογισμικό για ηλεκτρονικό υπολογιστή (εξαιρουμένων computer games και video games) και αναβαθμίσεις αυτού	13,5	10,0
Παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή και παιχνιδιομηχανές και αναβαθμίσεις αυτών	10,5	8,1
Είδη διατροφής – είδη παντοπωλείου	5,2	6,5
Υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (συνδρομές συνδρομητικής τηλεόρασης –Nona–, συνδρομές ευρυζωνικής σύνδεσης, λογαριασμοί κινητού ή σταθερού τηλεφώνου, καταβολή χρημάτων σε προπληρωμένη τηλεφωνική κάρτα κλπ.)	9,5	5,7
Υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης	4,0	5,1
Φάρμακα	3,6	4,9
Μετοχές, οικονομικές υπηρεσίες, ασφάλειες (κάθε είδους)	2,9	2,5

Το 74,3% των καταναλωτών που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012 επέλεξε να κάνει τις αγορές του από εγχώριες επιχειρήσεις, ποσοστό αυξημένο κατά 24,9%, σε σχέση με το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010 το 41,3% από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το 24,3% από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι δεν γνωρίζουν τη χώρα προέλευσης των πωλητών μειώθηκε κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012 κατά 59%, σε σχέση με ποσοστό κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2009 – Μάρτιος 2010.

Το 13,7% όσων πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές, για προσωπική χρήση, κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012 έκαναν την αγορά / παραγγελία μέσω κάποιας φορητής συσκευής. Ως φορητές συσκευές, θεωρούνται τα κινητά τηλέφωνα και τα «έξυπνα» κινητά τηλέφωνα (smart phones), οι υπολογιστές χειρός / PDAs, τα MP3 players, οι ηλεκτρονικοί αναγνώστες (e-book readers), οι φορητές κονσόλες παιχνιδιών (PSP, i-rod touch, portable NINTENDO DS, κ.ά.). Δεν θεωρήθηκαν φορητές συσκευές οι φορητοί και οι tablet υπολογιστές. Οι αγορές / παραγγελίες έχουν γίνει μέσα από την ιστοσελίδα των πωλητών με χρήση του web browser ή της web εφαρμογής και όχι με SMS, MMS ή e-mail.

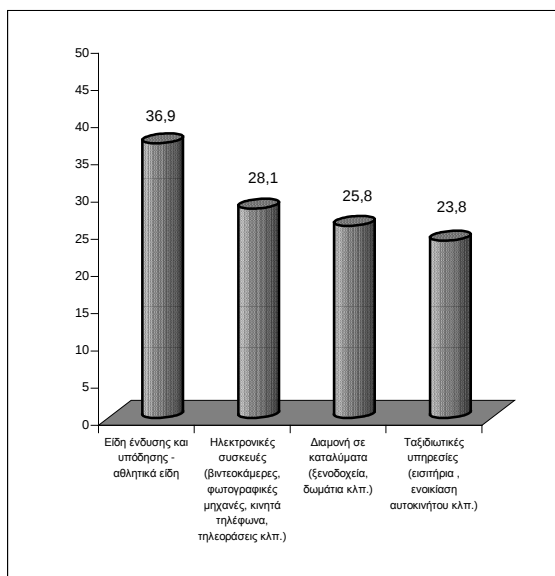
Ειδικότερα, τα είδη και οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν από φορητή συσκευή κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012, ως ποσοστό των συνολικών αγορών που πραγματοποιήθηκαν χρησιμοποιώντας φορητή συσκευή ήταν:

- Ηλεκτρονικές συσκευές, ενδύματα, παιχνίδια, είδη διατροφής, βιβλία, CDs, DVDs κ.ά. (70,5%)
- Υπηρεσίες (π.χ. εισιτήρια για εκδηλώσεις, ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ασφάλειες κ.ά.) (39,3%)
- Είδη ψηφιακού περιεχομένου όπως ταινίες, μουσική, ηλεκτρονικά βιβλία, ηλεκτρονικά περιοδικά ή εφημερίδες, παιχνίδια, εφαρμογές (με αντίτιμο) για κινητά τηλέφωνα ή άλλη φορητή συσκευή (38,4%).

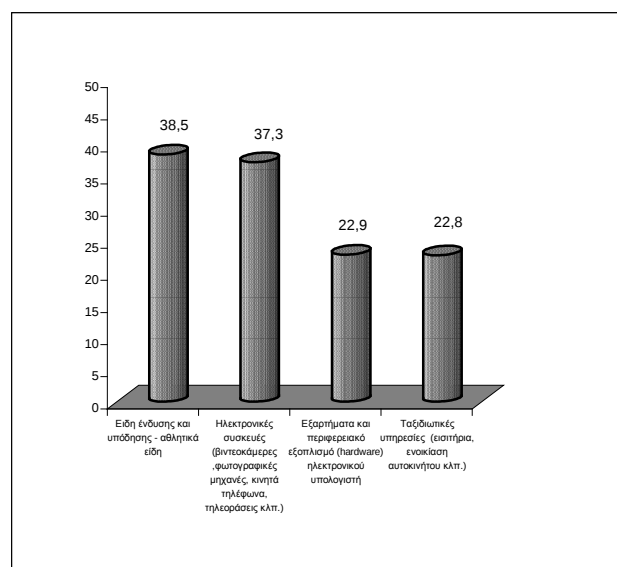
Όσον αφορά στη γεωγραφική κατανομή των ηλεκτρονικών αγορών, τα γραφήματα 6 – 9 που ακολουθούν, παρουσιάζουν τα κυριότερα είδη αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν μέσω του διαδικτύου κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012, από μέλη νοικοκυριών στις τέσσερις μεγάλες γεωγραφικές περιοχές της Ελλάδας.

Κατανομή των κυριότερων ειδών αγαθών και υπηρεσιών που αγοράστηκαν / παραγγέλθηκαν, κατά μεγάλη γεωγραφική περιοχή, ως ποσοστό % επί του συνολικού πληθυσμού που πραγματοποίησε ηλεκτρονικές αγορές κατά το χρονικό διάστημα Απρίλιος 2011 – Μάρτιος 2012

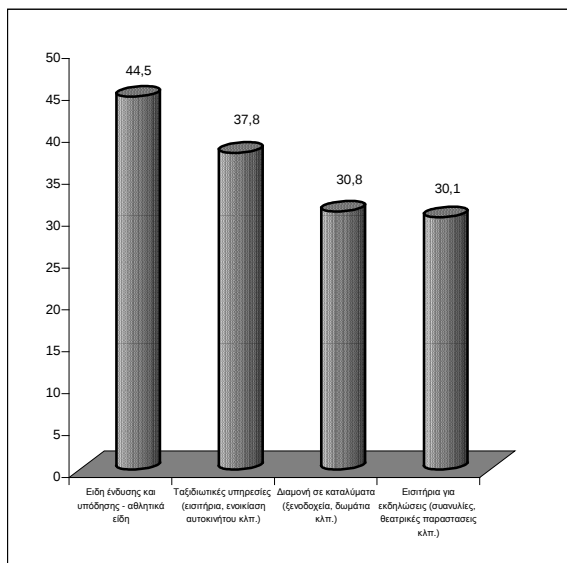
Γράφημα 6. Βόρεια Ελλάδα



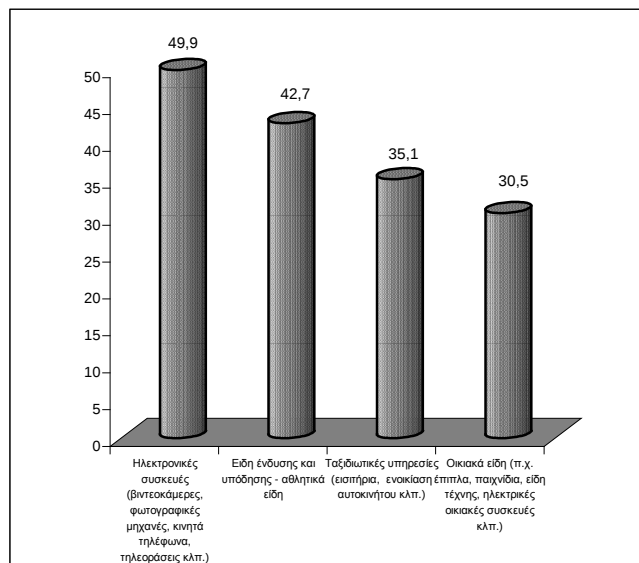
Γράφημα 7. Κεντρική Ελλάδα



Γράφημα 8. Αττική



Γράφημα 9. Νήσοι Αιγαίου και Κρήτη



ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ

Χρήση τεχνολογιών πληροφορόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά

Η Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφορόρησης και Επικοινωνίας από τα νοικοκυριά (Information and communication technology - ICT) είναι μέρος του Ευρωπαϊκού 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 πληροφορόρησης και επικοινωνίας από τα νοικοκυριά. Μεγάλο μέρος των στοιχείων χρησιμοποιούνται για τη συγκριτική αξιολόγηση των δεικτών για την Κοινωνία της Πληροφορίας των ετών 2011-2015 (η οποία εγκρίθηκε από την ομάδα υψηλού επιπέδου High Level Group i-2010 το Νοέμβριο του 2009) και η οποία ακολουθούσε το σχέδιο δράσης eEurope 2005. Η έρευνα διενεργήθηκε τηλεφωνικά.

Νομικό πλαίσιο

Η έρευνα διενεργείται στα πλαίσια του Κανονισμού του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου και Κοινοβουλίου με αριθ. 808/2004.

Περίοδος Αναφοράς Κάλυψη

01/01/2012 έως 31/03/2012

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 Πληροφορόρησης και Επικοινωνίας εφαρμόζεται η μέθοδος της τρισταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας με πρωτογενή μονάδα έρευνας την επιφάνεια (ένα ή περισσότερα ενοποιημένα οικοδομικά τετράγωνα), δευτερογενή μονάδα έρευνας το νοικοκυριό και τελική μονάδα έρευνας το άτομο ηλικίας 16 – 74 ετών.

Πρώτο κριτήριο στρωμάτωσης του ερευνώμενου πληθυσμού είναι η γεωγραφική διαίρεση της Χώρας. Σε κάθε Περιφέρεια (NUTS 2,) οι Δημοτικές / Τοπικές Κοινότητες κατανεμήθηκαν σε τέσσερα στρώματα, ανάλογα με τον πληθυσμό τους, σύμφωνα με τα στοιχεία της Γενικής Απογραφής Πληθυσμού έτους 2001. Συγκεκριμένα, εκτός των πρώην Πολεοδομικών Συγκροτημάτων των δύο μεγάλων πόλεων (Περιφέρεια Πρωτεύουσας και Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης), η στρωμάτωση έγινε ως εξής:

1. Δημοτικές / Τοπικές Κοινότητες με πληθυσμό πάνω από 30.000 κατοίκους
2. Δημοτικές / Τοπικές Κοινότητες με πληθυσμό 5.000 – 29.999 κατοίκους
3. Δημοτικές / Τοπικές Κοινότητες με πληθυσμό 1.000 – 4.999 κατοίκους
4. Δημοτικές / Τοπικές Κοινότητες με πληθυσμό μέχρι 999 κατοίκους

Η πρώην Περιφέρεια Πρωτεύουσας χωρίστηκε σε 31 ισομεγέθη, περίπου, στρώματα νοικοκυριών, βάσει κοινωνικών και οικονομικών χαρακτηριστικών των Δήμων / Δημοτικών Ενοτήτων, όπου ανήκουν τα νοικοκυριά. Ομοίως, το πρώην Πολεοδομικό Συγκρότημα Θεσσαλονίκης χωρίστηκε σε 9 ισομεγέθη στρώματα νοικοκυριών. Τα Πολεοδομικά Συγκροτήματα των δύο μεγάλων πόλεων αποτελούν το 40% του συνολικού πληθυσμού.

Το δείγμα αποτελείται από 6.500 νοικοκυριά (κλάσμα δειγματοληψίας 0,16%) και ισάριθμα άτομα ηλικίας 16 – 74 ετών (κλάσμα δειγματοληψίας 0,07%). Τα νοικοκυριά του δείγματος αποτελούν υποδείγμα των νοικοκυριών που ερευνήθηκαν στην Έρευνα Εισοδήματος και Συνθηκών Διαβίωσης των Νοικοκυριών των ετών 2005, 2006, 2007, 2008 και 2009 και τα οποία διαθέτουν τηλέφωνο.

Ηλεκτρονικό εμπόριο

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, με τις προϋποθέσεις ότι, αφενός η παραγγελία πραγματοποιείται online μέσω της ιστοσελίδας και όχι με ηλεκτρονικό μήνυμα (e-mail) και αφετέρου για τα αποκτηθέντα / παραγγελθέντα είδη ή υπηρεσίες καταβάλλεται κάποιο χρηματικό αντίτιμο.

Μεγάλη γεωγραφική περιοχή (NUTS 1)

Βόρεια Ελλάδα: Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Κεντρική Μακεδονία, Δυτική Μακεδονία, Θεσσαλία.

Κεντρική Ελλάδα: 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 Πληροφορόρησης και Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά μπορούν να αναζητηθούν στην ιστοσελίδα της ΕΛΣΤΑΤ, www.statistics.gr στο σύνδεσμο «Στατιστικά Θέματα > Τεχνολογία».