

# Άλμα του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά 107% τον Μάιο στην Ελλάδα

2020/06/16 17:49 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Τη ρήση “ουδέν μονιμότερον του προσωρινού” επιβεβαιώνουν οι ρυθμοί ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα, καθώς οι καταναλωτές, ακόμη και μετά την άρση του lockdown, δείχνουν να παραμένουν πιστοί στο online κανάλι αγορών, όπως μετέδωσε ο ΣΕΠΕ.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προϊόντων στη χώρα μας κάθε άλλο παρά επιστροφή στους “φυσιολογικούς” ρυθμούς ανάπτυξης του 25%, ετησίως σημειώνει: **στο σύνολο του Μαΐου (εβδομάδα 18 έως 22) ο ρυθμός ανάπτυξης των ηλεκτρονικών αγορών ήταν 107%, σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019.** Μάλιστα, ο ρυθμός αυτός είναι παραπάνω από τετραπλάσιος από τις αρχές του 2020.

Ο ρυθμός ανάπτυξης των ηλεκτρονικών αγορών είναι παραπάνω από τετραπλάσιος του “φυσιολογικού” από τις αρχές του 2020. Εντύπωση προκαλεί ότι, με την λήξη της καραντίνας, οι καταναλωτές δεν επέστρεψαν αυτόματα στο φυσικό δίκτυο των καταστημάτων, αλλά συνέχισαν να αγοράζουν online, δείχνοντας αυξημένη εμπιστοσύνη στο ηλεκτρονικό κανάλι.

Ωστόσο, όπως δείχνει η έρευνα, που διενεργείται μηνιαίως στην περίοδο της πανδημίας από τον GR.EC.A – τον Ελληνικό Σύνδεσμο Ηλεκτρονικού Εμπορίου – **το διάστημα 18 έως 31 Μαΐου παρατηρείται μία επιβράδυνση του αναπτυξιακού ρυθμού.**

Η επιβράδυνση αυτή λογικά αποδίδεται στην λειτουργία και των εμπορικών κέντρων, αλλά και στον σχετικά καλό καιρό που επικράτησε στη χώρα μας. Να σημειωθεί ότι από την έρευνα έχουν εξαιρεθεί όλες οι κατηγορίες υπηρεσιών (όπως αεροπορικά εισιτήρια, μουσική, ταινίες, συνδρομές σε παιχνίδια), αλλά και η κατηγορία αγορών από online super markets και ειδών κινητής τηλεφωνίας.

## Σταθερή άνοδος

Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, έντονα ανοδική ήταν και τον Απρίλιο η αγοραστική κίνηση σε ηλεκτρονικά καταστήματα στην Ελλάδα. Συνολικά, καταγράφηκε αύξηση έως και 171%, εβδομαδιαίως, σε σχέση με την ίδια εβδομάδα του 2019, στην

καταναλωτική δαπάνη προϊόντων σε ηλεκτρονικά καταστήματα από Έλληνες.

Η αύξηση αυτή αποτελεί νέο ρεκόρ ανόδου για τον τζίρο των online καταστημάτων μετά από τον Μάρτιο, που ξεκίνησε η περίοδος της καραντίνας στη χώρα. Η συνεχής ανοδική τάση των online αγορών επιβεβαιώνει ότι οι Έλληνες, την περίοδο του lockdown, βρήκαν στις ηλεκτρονικές αγορές ένα ασφαλές καταφύγιο, προκειμένου να καλύψουν τις αγοραστικές τους ανάγκες.

Πάντως, αν και οι καταναλωτές στράφηκαν στις ηλεκτρονικές αγορές, από το ξέσπασμα της πανδημίας στην Ελλάδα, το γενικότερο σοκ που προκαλεί στην αγορά ο COVID-19 δεν αφήνει ανέπαφες τις online πωλήσεις διαφόρων καταναλωτικών ειδών, οι οποίες είδαν μειώσεις στον τζίρο τους.

Τα προβλήματα, με τα οποία έρχονται κατά κύριο λόγο αντιμέτωπες οι επιχειρήσεις του κλάδου από το ξέσπασμα της πανδημίας, είναι οι καθυστερήσεις παράδοσης ή διακοπή των προμηθειών (42%), οι καθυστερήσεις σε σχέση με τους χρόνους παράδοσης των παραγγελιών μέσω courier (31%) και τα θέματα ασφάλειας των εργαζομένων (27%).

## Η έρευνα

Η εν λόγω έρευνα διενεργείται μηνιαίως στην περίοδο της πανδημίας από τον GR.EC.A με τη συνεργασία των μηχανών σύγκρισης τιμών BestPrice & Skroutz και την ομάδα eMarket Intelligence της Convert Group.

Τα στοιχεία αντλήθηκαν από 4.451 eshops με τα οποία συνεργάζεται το Skroutz και από 2.116 eshops με τα οποία συνεργάζεται το BestPrice.

Image not found or type unknown

