

## Οι online αγορές θα παραμείνουν αυξημένες και μετά την πανδημία. Τα αποτελέσματα έρευνας

2021/04/27 10:09 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Μόνιμο χαρακτήρα παίρνει σταδιακά η στροφή των Ελλήνων καταναλωτών προς το ψηφιακό κανάλι αγορών.

Η πανδημική κρίση έφερε τους Έλληνες πιο κοντά στις online αγορές και αυτή η τάση δεν φαίνεται να υποχωρεί, όπως [αναφέρει ο ΣΕΠΕ](#).

Το ποσοστό όσων αγοράζουν μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων διατηρείται υψηλό: **6 στους 10 από όσους χρησιμοποιούν το Ίντερνετ.**

Έναν χρόνο μετά από το ξέσπασμα της υγειονομικής κρίσης, το ποσοστό όσων αγοράζουν μέσω ηλεκτρονικών καταστημάτων διατηρείται υψηλό (Απρίλιος 2021): 6 στους 10 από όσους χρησιμοποιούν το Ίντερνετ. Το αντίστοιχο ποσοστό πριν από έναν χρόνο ήταν 40%.

Δηλαδή το ποσοστό των Ελλήνων που αγοράζουν online αυξήθηκε κατά 20 ποσοστιαίες μονάδες μέσα σε έναν μόλις χρόνο. Στο μεταξύ, ενώ πριν από την πανδημία το 59% των καταναλωτών απαντούσε ότι δεν επισκέπτεται και δεν αγοράζει από ηλεκτρονικά καταστήματα, **πλέον το ποσοστό αυτό διαμορφώνεται σε 35%.**

Η στροφή προς τις online αγορές είναι ακόμη πιο έντονη στις μικρότερες ηλικίες. Στην ερώτηση «αγοράζετε από ηλεκτρονικό κατάστημα/e-shop;» το 81% των ατόμων ηλικίας 17-29 ετών, που χρησιμοποιεί το Internet, απαντά θετικά, ενώ στην ηλικιακή ομάδα 30-44% των ποσοστό εκείνων που δίνουν θετική απάντηση είναι 82%.

Αλλά και στις μεγαλύτερες ηλικίες η ψήφος εμπιστοσύνης στο ηλεκτρονικό κανάλι αγορών είναι ισχυρή. Το 57% των Ελλήνων-χρηστών του Διαδικτύου ηλικίας 45-49 ετών απαντά ότι κάνει τις αγορές του από ηλεκτρονικά καταστήματα.

Ακόμη και στα μεγαλύτερα ηλικιακά κοινά, όπου η εξοικείωση με το Διαδίκτυο δεν είναι τόσο έντονη, τα ποσοστά των online αγοραστών είναι υψηλά: με το 31% των καταναλωτών να δίνει θετική απάντηση.

Τα παραπάνω ευρήματα προκύπτουν από έρευνα της εταιρείας Pulse RC για λογαριασμό του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών, που διεξήχθη στην

Περιφέρεια Αττικής το χρονικό διάστημα 16-19 Απριλίου 2021, με δείγμα 1.023 ενηλίκους από τον γενικό πληθυσμό.

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της έρευνας, η υψηλή αξιοποίηση του Διαδικτύου, των e-shops και των υπηρεσιών ηλεκτρονικής παραγγελίας αναμένεται να συνεχιστεί και μετά από την πανδημία.

Εκτός από την εξοικείωση με το online εμπόριο, η έρευνα αποτυπώνει αρκετά ενδιαφέροντα στοιχεία για την καταναλωτική συμπεριφορά του Έλληνα εν μέσω πανδημίας.

Για παράδειγμα, σύμφωνα με τα ευρήματά της, **οι έξι στους δέκα καταναλωτές (58%) αξιολογούν σήμερα θετικά τις μεθόδους click away και click in shop (ως λύσεις ανάγκης)**. Εξ αυτών το 22% απαντά «σίγουρα θετικά» και το 36% «μάλλον θετικά».

Στον αντίποδα, σχεδόν ένας στους τρεις καταναλωτές (34%) αξιολογεί αρνητικά τις δύο εναλλακτικές μεθόδους αγορών (εξ αυτών το 21% «μάλλον αρνητικά» και το 13% «σίγουρα αρνητικά»).

Όταν η ίδια ερώτηση σχετικά με την αξιολόγηση των μεθόδων click away και click in shop γίνεται στους ίδιους τους επαγγελματίες-επιχειρηματίες, το 60% απαντά «σίγουρα θετικά» και «μάλλον θετικά». Αντίθετα, το 35% έχει αρνητική άποψη.