
Το 69% των Ελλήνων έκανε τουλάχιστον μία ηλεκτρονική αγορά το 2021. Στην 19η θέση η Ελλάδα

2022/02/03 14:57 στην κατηγορία ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ

Συνεχίζουν να αυξάνονται οι online αγορές στην Ευρώπη, καθώς οι περιορισμοί που επιβλήθηκαν λόγω Covid και οι αλλαγές στις συνήθειες και τις προτιμήσεις του αγοραστικού κοινού είχαν σαν συνέπεια τη “στροφή” στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce).

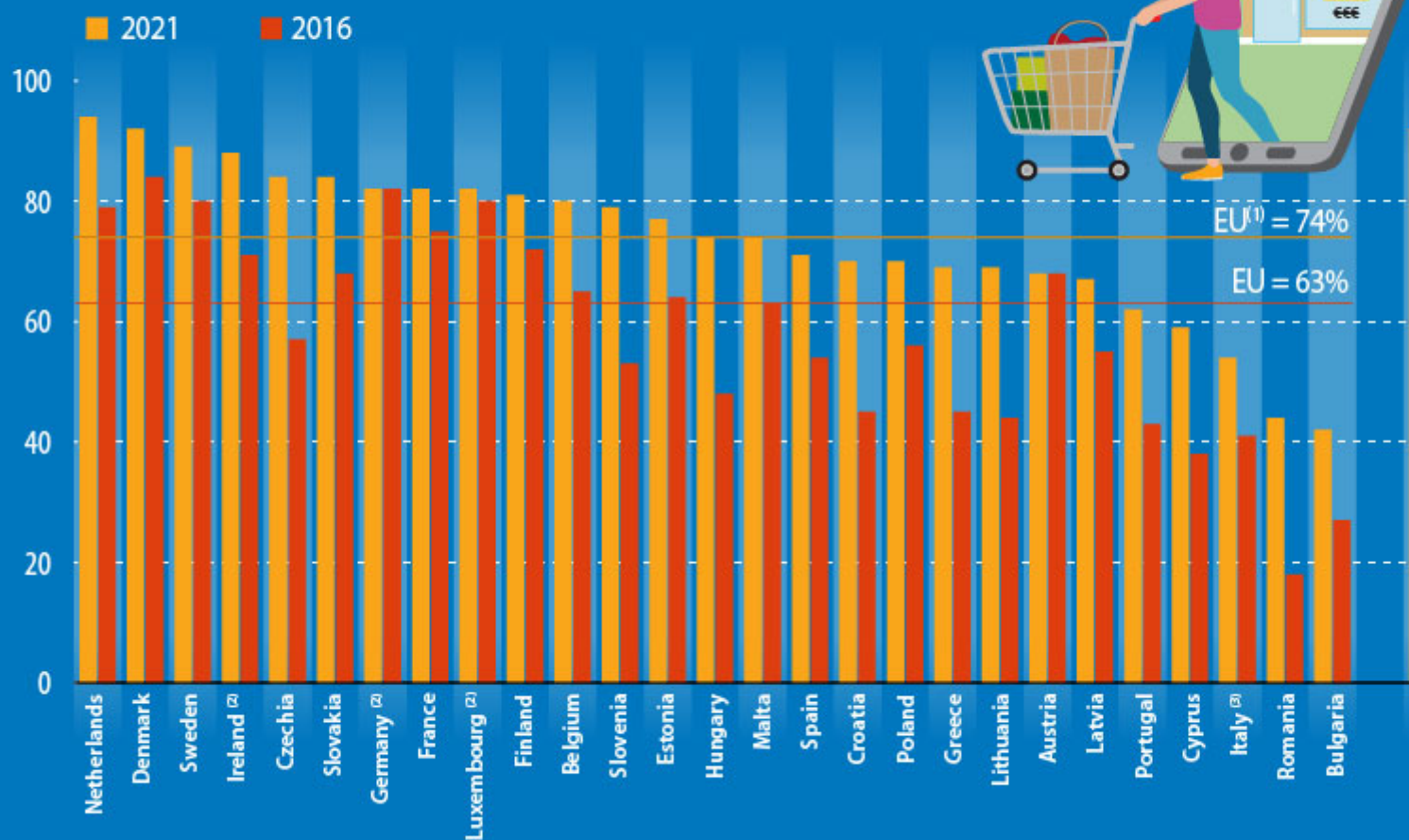
Επιμέλεια: Βάσω Βεγιάζη

Σύμφωνα με νεότερα [στοιχεία](#) της Eurostat, το 2021, το 90% των ατόμων ηλικίας 16 – 74 ετών στην Ευρωπαϊκή Ένωση χρησιμοποίησε το διαδίκτυο, με το 74% εκ των οποίων αγόρασε ή παράγγειλε αγαθά ή υπηρεσίες προς ιδιωτική χρήση.

Ειδικότερα, οι online αγορές αυξήθηκαν μόλις κατά 1%, σε σύγκριση με το 2020, (73% των χρηστών του Διαδικτύου) και **κατά 11% σε σύγκριση με το 2016** (63%).

Internet users who bought or ordered goods or services for private use

(% of people who used the internet in the previous 12 months)



(1) estimate
(3) 2020 instead of 2021

(2) break in the time series
(4) 2017 instead of 2016

ec.europa.eu/euro

Τα υψηλότερα ποσοστά χρηστών του διαδικτύου που αγόρασαν ή παρήγγειλαν αγαθά ή υπηρεσίες μέσω internet καταγράφηκαν σε Ολλανδία (94%), Δανία (92%) και Σουηδία (89%).

Ενώ, από την άλλη πλευρά, λιγότερο από το 50% ψώνισε μέσω διαδικτύου σε Ρουμανία (44%) και Βουλγαρία (42%).

Τα τελευταία 5 χρόνια, οι μεγαλύτερες αυξήσεις στις ηλεκτρονικές αγορές καταγράφηκαν στην Τσεχία (+27%), τη Σλοβενία, την Ουγγαρία και τη Ρουμανία (όλες +26%), καθώς και την Κροατία και τη Λιθουανία (και οι δύο +25%).

Ρούχα, παπούτσια και αξεσουάρ η πιο συνηθισμένη ηλεκτρονική αγορά

Οι πιο συνηθισμένες ηλεκτρονικές αγορές αγαθών ήταν ρούχα

(συμπεριλαμβανομένων αθλητικών ενδυμάτων), παπούτσια ή αξεσουάρ (παραγγελίες από το 68% των διαδικτυακών αγοραστών).

Τα wearables ακολουθήθηκαν από παραδόσεις από εστιατόρια, αλυσίδες γρήγορου φαγητού και υπηρεσίες catering (31%), έπιπλα, αξεσουάρ σπιτιού ή προϊόντα κηπουρικής (29%), καλλυντικά, προϊόντα ομορφιάς ή ευεξίας (27%), ακολουθούμενα από έντυπα βιβλία, περιοδικά ή εφημερίδες (25%), αθλητικά είδη (εκτός αθλητικών ενδυμάτων) (24%), υπολογιστές, tablet, κινητά τηλέφωνα ή αξεσουάρ τους (23%) και παιδικά παιχνίδια ή είδη παιδικής φροντίδας (20%).



EU aggregate: estimated

ec.europa.eu/euro

Η εικόνα της Ελλάδας

Στη χώρα μας, το 2021, **το 69% των Ελλήνων** χρηστών του διαδικτύου ηλικίας 16 – 74 ετών, έκανε τουλάχιστον μία online αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών, γεγονός που μας κατατάσσει στην **19η θέση ανάμεσα μεταξύ των 27 κρατών - μελών της ΕΕ**

..

Αξίζει να σημειωθεί ότι, το 2020, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν στο 59%.