

## “Καταγραφή και αξιολόγηση των Ελληνικών Ηλεκτρονικών Καταστημάτων - 2012”

Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN), [www.eltrun.gr](http://www.eltrun.gr)  
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

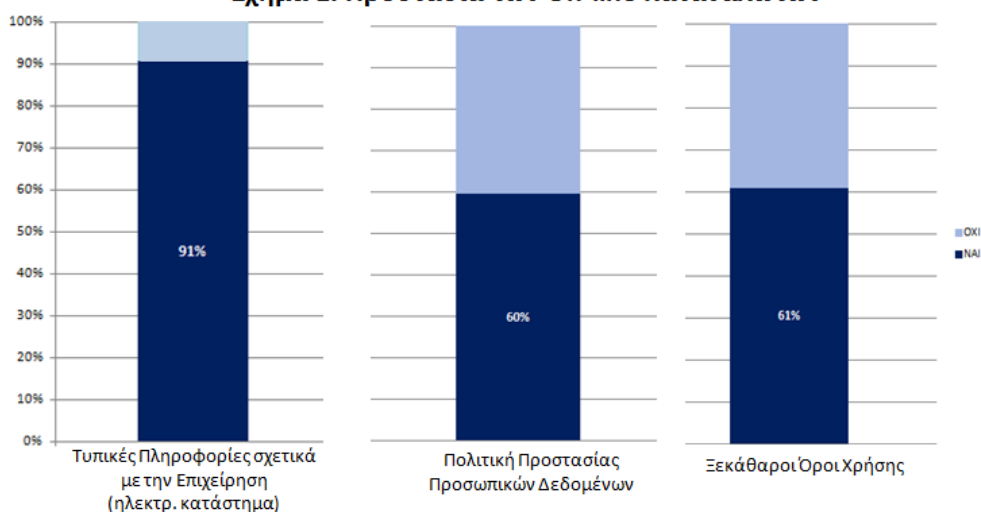
Ολοκληρώθηκε πρόσφατα η ετήσια έρευνα καταγραφής και αξιολόγησης των Ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων που πραγματοποιήθηκε από το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Φέτος αξιολογήθηκαν 228 ηλεκτρονικά καταστήματα, με βάση τους τέσσερις κύριους άξονες που επηρεάζουν την επιτυχία των ηλεκτρονικών καταστημάτων σε σχέση με τους on-line καταναλωτές:

- Προστασία των καταναλωτών σε σχέση με την άυλη επιχείρηση / συναλλαγή
- Υψηλή αισθητική και ευκολία πλοήγησης στο site
- Δυνατότητες και ασφάλεια πληρωμών
- Προχωρημένες υπηρεσίες για τους on-line καταναλωτές

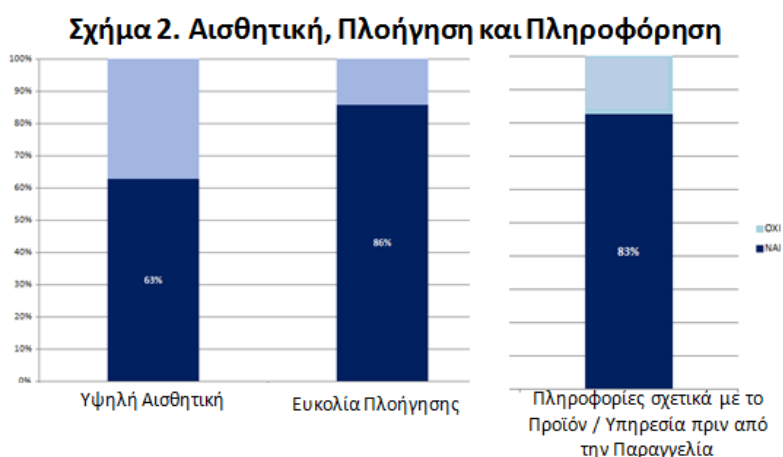
Σε γενικό επίπεδο, από τα 3000-3500 Ελληνικά e-shops που λειτουργούν τώρα, τα 2/3 προσφέρουν όλες τις αναγκαίες υπηρεσίες και δυνατότητες στους καταναλωτές για μια άνετη και αξιόπιστη συναλλαγή που είναι συγκρίσιμη και εφάμιλλη γνωστών e-shops του εξωτερικού. Υπάρχει όμως ακόμη ένα μικρό ποσοστό (10%) το οποίο θα πρέπει να αποφεύγουν οι καταναλωτές λόγω έλλειψης ουσιαστικής εταιρικής πληροφόρησης.

Τα συγκρατημένα (αλλά αυξητικά) ποσοστά των Ελλήνων χρηστών του Internet που αγοράζουν on-line προϊόντα / υπηρεσίες (στο 30-35%) δικαιολογούνται κυρίως λόγω της έλλειψης εμπιστοσύνης που έχουν οι Έλληνες στις αγορές από απόσταση. Άρα κύριο μέλημα των Ελληνικών ηλεκτρονικών καταστημάτων είναι η αύξηση της εμπιστοσύνης αυτής. Δυστυχώς όμως 1 στα 10 e-shops (Σχήμα 1) δεν αναφέρουν ακόμη τις βασικές πληροφορίες της επιχείρησής τους (δηλαδή διεύθυνση, στοιχεία επικοινωνίας κλπ) και άρα θα πρέπει να αποφεύγονται από τους on-line καταναλωτές. Επίσης μόνο 6 στα 10 e-shops έχουν ξεκάθαρη σελίδα που αναφέρονται οι όροι σε σχέση με την πολιτική τους για το απόρρητο και τα προσωπικά δεδομένα. Το σημαντικό όμως είναι ότι υψηλό ποσοστό (61%) των e-shops έχουν πλέον ξεκάθαρους “όρους χρήσης” που παρουσιάζουν πολύ αναλυτικά στον on-line καταναλωτή πως αντιμετωπίζονται τα σημαντικά θέματα σε μια συναλλαγή όπως: δυνατότητα ακύρωσης της παραγγελίας, δυνατότητα επικοινωνίας σε περίπτωση διαφωνίας / επιφύλαξης, δυνατότητα αντικατάστασης προϊόντων κλπ.

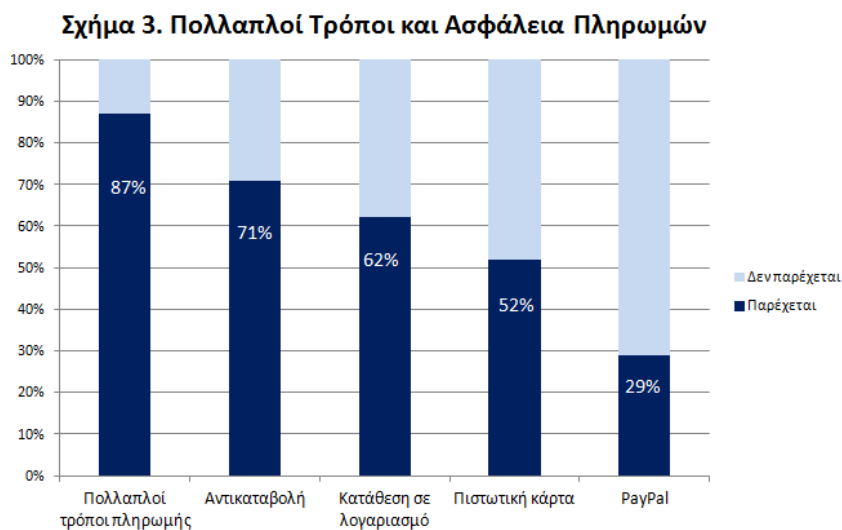
Σχήμα 1. Προστασία των On-line Καταναλωτών



Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τους on-line καταναλωτές είναι η αισθητική και ευκολία πλοήγησης στο site του ηλεκτρονικού καταστήματος (Σχήμα 2). Όσον αφορά την αισθητική, υπάρχουν κάποια προβλήματα αφού μόνο το 63% των e-shops έχει συγκεκριμένη δομή, περιλαμβάνει σελίδες με συνεπή δομή και χρωματισμούς, υπάρχει συνέπεια στον τρόπο εμφάνισης του site σε όλες τις σελίδες και οι εικόνες είναι υψηλής ανάλυσης. Όσον αφορά τα εργαλεία αναζήτησης και πλοήγησης, η κατάσταση είναι πολύ καλύτερη αφού το 86% των e-shops δίνουν την δυνατότητα αναζήτησης με πολλαπλούς τρόπους (ανά προϊόν, προμηθευτή, προηγμένη αναζήτηση με ελεύθερο κείμενο ή προηγούμενα αποτελέσματα), υπάρχει άμεση δυνατότητα επιστροφής στην κεντρική σελίδα, υπάρχει εύκολος κατάλογος προϊόντων και το site υποστηρίζεται από διαφορετικούς web-browsers. Επίσης το 83% των e-shops, πριν από την αποδοχή της παραγγελίας αναφέρουν με σαφήνεια τα κύρια χαρακτηριστικά του προϊόντος (περιγραφή, τιμή κλπ) που βοηθάει σημαντικά τον “δύσπιστο” Έλληνα on-line καταναλωτή στην τελική του απόφαση.



Η on-line πληρωμή είναι επίσης ένα σοβαρό στοιχείο που επηρεάζει τους Έλληνες on-line καταναλωτές (Σχήμα 3). Υψηλά ποσοστά (87%) e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες για πληρωμή, ενώ 1 στα 3 e-shops προσφέρουν μάλιστα ακόμη και τρεις συμπληρωματικούς τρόπους πληρωμής. Οι πιο δημοφιλείς προσφερόμενοι τρόποι πληρωμής είναι αντικαταβολή (71%) και κατάθεση σε λογαριασμό (62%) που αντικατοπτρίζει την συνήθεια των Ελλήνων on-line καταναλωτών και τον προβληματισμό τους για την ασφάλεια των πληρωμών. Το γεγονός ότι μόλις το 52% των e-shops δίνει την δυνατότητα για πληρωμή με πιστωτική κάρτα καταγράφεται ως μια επιχειρηματική ευκαιρία για τις Τράπεζες μέσω των ασφαλών υπηρεσιών τους. Σοβαρό ποσοστό (29%) επίσης προσφέρει την δυνατότητα πληρωμών μέσω PayPal.



Όπως και στο εξωτερικό, το 98% των e-shops που δίνουν την δυνατότητα πληρωμών μέσω πιστωτικής κάρτας προσφέρουν υψηλή ασφάλεια συναλλαγών και διαχειρίζονται με επιτυχία την κρυπτογράφηση των πληροφοριών που αποστέλλονται από τον πελάτη. Άρα αυτό θα πρέπει να προωθηθεί συστηματικά από τους Τραπεζικούς οργανισμούς που εμπλέκονται και τα ηλεκτρονικά καταστήματα για να ξεπεραστούν οι ενδοιασμοί των Ελλήνων on-line καταναλωτών.

Λαμβάνοντας πλέον το επίπεδο ωριμότητας του ηλεκτρονικού εμπορίου B-C στην Ελλάδα, τα e-shops θα πρέπει σταδιακά να αρχίσουν να προσφέρουν και προχωρημένες υπηρεσίες υποστήριξης των on-line καταναλωτών (Σχήμα 4). Το τελευταίο διάστημα έχουν γίνει σημαντικά βήματα προς την κατεύθυνση αυτή, αφού το 65% των e-shops προσφέρουν πολλαπλές δυνατότητες αποστολής (πχ. courier, ταχυδρομείο, παραλαβή από φυσικό κατάστημα) ενώ το 64% των e-shops ξεκάθαρα εκφράζουν την πολιτική επιστροφής όπως την χρονική περίοδο επιστροφής των προϊόντων, επιστροφής χρημάτων στους καταναλωτές και τις περιπτώσεις που ο καταναλωτής μπορεί να επιστρέψει ένα προϊόν. Επίσης πάνω από τα μισά των e-shops (55%) δίνουν πλέον την δυνατότητα στους καταναλωτές να συνδεθούν με αντίστοιχες σελίδες κοινωνικής δικτύωσης (πχ. facebook) για να δουν κριτικές / αξιολόγηση, να εκφράσουν την άποψη / αξιολόγηση τους και να ανταλλάξουν απόψεις με άλλους καταναλωτές.



Τέσσερις πρόσφατες πρωτοβουλίες αναμένεται να βοηθήσουν περαιτέρω την αγορά Ηλεκτρονικού Εμπορίου B-C στην Ελλάδα και να θέσουν τις βάσεις για την υγιή ανάπτυξη της νέας αυτής ψηφιακής επιχειρηματικότητας:

- Η ίδρυση του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου – ΕΣΗΕ / GRECA ([www.greekecommerce.gr](http://www.greekecommerce.gr)) με μέλη τα γνωστά ηλεκτρονικά καταστήματα και με αρχικό στόχο την δημιουργία Κώδικα Δεοντολογίας για τον κλάδο
- Η πιστοποίηση / αξιολόγηση που προσφέρει πλέον το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (το μοναδικό δημόσιο σχετικό εργαστήριο στην Ελλάδα) στα ηλεκτρονικά καταστήματα με στόχο την αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών
- Ο ετήσιος διαγωνισμός ([www.e-volutionawards.gr](http://www.e-volutionawards.gr)) που έχει ως στόχο να καταγράψει και αναδείξει τις βέλτιστες πρακτικές ηλεκτρονικού εμπορίου και την ηλεκτρονική επιχειρηματική αριστεία στην Ελλάδα
- Οι εξαγγελίες της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (Υπουργείο Ανάπτυξης) για δημιουργία επίσημου μητρώου των εταιριών του κλάδου

Αθήνα, Σεπτέμβριος 2012

Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN)

Διευθυντής: Καθηγητής Γεώργιος Ι. Δουκίδης

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών