

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Λογιστική και
Χρηματοοικονομική**



**Master of Science (M.Sc)
in Accounting and Finance**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Τίτλος Εργασίας

**Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά της διάρκειας της πανδημίας στην
Περιφέρεια Πελοποννήσου**

Όνομα φοιτητή

Χριστοπούλου Βασιλική

Επιβλέπων Καθηγητής:

Μαυριδόγλου Γεώργιος

Διατριβή υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου
Πελοποννήσου. Η παρούσα διατριβή αποτελεί μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του
Μεταπτυχιακού Διπλώματος στη Λογιστική και Χρηματοοικονομική

Καλαμάτα, Απρίλιος 2023

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

**Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Λογιστική και
Χρηματοοικονομική**



**Master of Science (M.Sc)
in Accounting and Finance**

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Μαυριδόγλου Γεώργιος

Καθηγητής

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Γιακουμάτος Στέφανος

Καθηγητής

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Σηλιόπουλος Οδυσσέας

Αναπληρωτής καθηγητής

Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου

Η Χριστοπούλου Βασιλική δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- 1)** Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.

- 2)** Αποδέχομαι ότι το Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη του Ιδρύματος, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή κ. Μαυριδόγλου Γεώργιο για την πολύτιμη βοήθεια του, την εμπιστοσύνη που μου έδειξε καθώς και την υπομονή που έκανε κατά τη διάρκεια υλοποίησης της μεταπτυχιακής διατριβής.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τους γονείς μου οι οποίοι στήριξαν τις σπουδές μου και πίστεψαν σε εμένα και στην πετυχημένη ολοκλήρωση της προσπάθειάς μου.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία αφορά τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας στη Περιφέρεια Πελοποννήσου. Η καθολική χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου στις μέρες μας αποτελεί σημαντικό παράγοντα εξέλιξης και αποτυπώνει τη τάση και την εξέλιξη των νέων δεδομένων.

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας καταγράφεται ιστορική αναδρομή καθώς και οι βασικές έννοιες- ορισμοί του κυρίως θέματος που εξετάζεται δηλαδή τι θεωρούμε ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως αυτό αποτυπώνεται στην ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, ενώ δόθηκαν και στοιχεία για τα είδη του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους καθώς και οι τρόποι πληρωμής του. Στη συνέχεια καταγράφεται μια σύντομη ιστορική αναδρομή για τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου ενώ εξετάζεται και η ειδική περίπτωση της Περιφέρειας Πελοποννήσου όπως αποτυπώνεται στο πρόγραμμα ΕΠΑΝΕΚ ΕΣΠΑ 2014-2020 «Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας με τομεακές προτεραιότητες» και την Επενδυτική Προτεραιότητα 2b: Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών ΤΠΕ, ηλεκτρονικό εμπόριο και αύξηση της ζήτησης για ΤΠΕ., με καταγραφή των ειδικών χαρακτηριστικών του προγράμματος όπως τα κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα οι επιλέξιμες δαπάνες κλπ.

Στη συνέχεια γίνεται μια προσπάθεια αποτύπωσης των βασικών δημογραφικών στοιχείων της Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά δήμο καθώς και η διερεύνηση η οποία προέκυψε από έρευνα επίσημων πηγών όπως η ΕΛΣΤΑΤ των στατιστικών χρήσης ΤΠΕ σε διάφορες κατηγορίες όπως είδη ένδυσης, ψυχαγωγία, εστίαση , παροχή υπηρεσιών κ.α. Κατά αυτό τον τρόπο επιχειρείτε μια προσπάθεια κατανόησης της τάσης των ατόμων (ανδρών και γυναικών) οι οποίοι διαχρονικά επιδίδονται σε αγορές μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου με κύριο στόχο τη σύνδεση των αποτελεσμάτων με την έρευνα όπως αυτή προέκυψε από τη καταγραφή και την αποτύπωση των επιμέρους στοιχείων στα ερωτηματολόγια τα οποία συντάχθηκαν και διανεμήθηκαν για λογαριασμό της παρούσας εργασίας.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ενδεικτικά η νομοθεσία που διέπει τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου με την ιστορικότητα από το 1994 έως σήμερα.

Τέλος παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από τη καταγραφή των στοιχείων του ερωτηματολογίου με πίνακες, διαγράμματα και γραφήματα και καταλήγουμε στα τελικά συμπεράσματα της εργασίας όπως αποτυπώθηκαν από τα αποτελέσματα της έρευνας

Λέξεις κλειδιά: ηλ. εμπόριο, είδη ηλ. εμπορίου, κατηγορίες του ηλ. εμπορίου

ABSTRACT

This paper concerns the use of e-commerce during the pandemic in the Peloponnese Region. The universal use of e-commerce nowadays is an important development factor and reflects the trend and evolution of new data.

In the context of this paper, a historical review is recorded as well as the basic concepts-definitions of the main topic under consideration, i.e. what we consider e-commerce, as reflected in the Greek and international literature, while information was also given on the types of e-commerce, the advantages and disadvantages their disadvantages as well as its payment methods.

Then an attempt is made to capture the basic demographic data of the Peloponnese Region by municipality as well as the investigation which resulted from a survey of official sources such as ELSTAT of ICT usage statistics in various categories such as clothing, entertainment, catering, service provision, etc.

Then the legislation governing the use of e-commerce is presented indicatively with the historicity from 1994 to the present.

Keywords: e-commerce, types of e-commerce, categories of e-commerce

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περιεχόμενα

1. Κεφάλαιο 1: Εισαγωγικά	8
1.1. Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;	8
1.2. Ορισμοί Ηλεκτρονικού Εμπορίου	8
1.3. Ιστορική αναδρομή	10
1.4. Είδη Ηλεκτρονικού εμπορίου	12
1.5. Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου	13
1.5.1. Οφέλη για τους καταναλωτές	13
1.5.2. Οφέλη για τις επιχειρήσεις	14
1.5.3. Οφέλη για την Κοινωνία	15
1.6. Τρόποι πληρωμής ηλεκτρονικού εμπορίου	16
1.7. Ιστορική αναδρομή κατά τη διάρκεια της πανδημίας	17
2. Κεφάλαιο 2: Η περίπτωση της Πελοποννήσου	21
2.1. Πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Προγραμμάτων ΕΤΠΑ & ΤΑ Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠΑΝΕΚ	21
2.2. Κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα	22
2.3. Επιλέξιμες δαπάνες προγράμματος	23
2.4. Δείκτες εκροών προγράμματος Περιφέρεια Πελοποννήσου	24
2.5. Υποχρεώσεις Δικαιούχων μετά την ολοκλήρωση της πράξης (μακροχρόνιες υποχρεώσεις)	26
2.6. Βασικά στοιχεία Περιφέρειας Πελοποννήσου	30
2.7. Στατιστικά στοιχεία πληθυσμού Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Δήμο	33
2.8. Στατιστικά στοιχεία χρήσης ΤΠΕ σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ	36
2.8.1. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά με τα είδη αγορών	36
2.8.2. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά με τα είδη ψηφιακής μορφής ..	37
2.8.3. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά τις υπηρεσίες που προμηθεύτηκαν μέσω διαδικτύου	39

2.8.4. Στατιστικά στοιχεία που αφορούν στις ποσοστιαίες μεταβολές αναφορικά με τα είδη ψηφιακής μορφής για τα έτη 2020 και 2021.....	41
2.8.5. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 για επιχειρήσεις με 10 άτομα και άνω	45
3. Κεφάλαιο 3: Νομοθεσία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο	47
4. Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας- Καταγραφή Στοιχείων Ερωτηματολογίου	49
4.1. Γραφήματα – Απαντήσεις ερωτηματολογίου	50
4.2. Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου	76
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΠΙΝΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	78
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	78
ΠΗΓΕΣ:	80

1. Κεφάλαιο 1: Εισαγωγικά

1.1. Τι είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο;

Το ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) αναφέρεται σε επιχειρήσεις και σε άτομα που πραγματοποιούν συναλλαγές μέσω Διαδικτύου. Η αύξηση της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου τα τελευταία χρόνια οφείλεται στη καθολική χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών, των tablet και των smartphones, καθώς και άλλων έξυπνων συσκευών. Το σύνολο των αγαθών και των υπηρεσιών είναι διαθέσιμα για συναλλαγές μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, και ως εκ τούτου ο ετήσιος τζίρος των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτή τη μορφή του εμπορίου διαρκώς αυξάνεται.

1.2. Ορισμοί Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Οι ορισμοί για το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολυάριθμοι στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία. Παρακάτω παρατίθενται κάποιοι από αυτούς:

- ❖ **Ως ηλεκτρονικό εμπόριο (Η.Ε.)** ή ευρέως γνωστό ως e-commerce, eCommercen ή e-comm, προσδιορίζεται η ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών που πραγματοποιείται εξ αποστάσεως από απόσταση με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων, χωρίς να απαιτείται η φυσική παρουσία των πωλητή και αγοραστή. Είναι ένα υποσύνολο της στρατηγικής «Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (e-Business)» μιας επιχείρησης και συχνά χρησιμοποιείται με σκοπό να προσθέσει ροές εισοδήματος.[1] Σύμφωνα με το παραπάνω ορισμό γίνεται λόγος για το σύνολο των διαδικτυακών διαδικασιών: ανάπτυξης, προώθησης, πώλησης, παράδοσης, εξυπηρέτησης και πληρωμής για προϊόντα και υπηρεσίες. Οι ανταλλαγές που διεξάγονται ηλεκτρονικά, έχουν αυξηθεί ασυνήθιστα με την ευρεία χρήση του Διαδικτύου. Η χρήση του εμπορίου διεξάγεται κατ' αυτόν τον τρόπο, παρακινώντας και απορροφώντας καινοτομίες στην ηλεκτρονική μεταφορά χρηματικών πόρων στους κάτωθι τομείς:
 - ✓ στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας (supply chain management),
 - ✓ στο διαδικτυακό μάρκετινγκ (Internet marketing),
 - ✓ στη διεκπεραίωση διαδικτυακών διαδικασιών (online transaction processing),
 - ✓ στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών δεδομένων (electronic data interchange, EDI),
 - ✓ στην καταγραφή συστημάτων διοίκησης (inventory management) και

- ✓ στην αυτοματοποίηση συστημάτων συγκέντρωσης δεδομένων.¹

Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται ως η διαδικασία αγοράς και πώλησης προϊόντων με ηλεκτρονικά μέσα, με τη χρήση κινητών εφαρμογών και του Διαδικτύου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται τόσο στις διαδικτυακές αγορές λιανικής όσο και στις ηλεκτρονικές αγορές καθώς και στις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αυξηθεί σε μεγάλο βαθμό στη δημοτικότητά του τις τελευταίες δεκαετίες και κατά κάποιο τρόπο αντικαθιστά το παραδοσιακά καταστήματα τούβλων και κονιαμάτων.²

Σύμφωνα με τον ορισμό του Λιανικού Εμπορίου όπως περιγράφεται στο site της **Britannica** : Το ηλεκτρονικό εμπόριο ασχολείται με τις εμπορικές σχέσεις και πραγματοποιεί επιχειρηματικές συναλλαγές, όπου συμπεριλαμβάνουν

- ✓ τη προώθηση πληροφοριών,
- ✓ τη προώθηση υπηρεσιών και αγαθών διαμέσου ενός δικτύου τηλεπικοινωνιών και ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Αν και στην καθομιλουμένη το ηλεκτρονικό εμπόριο αναφέρεται μόνο στο εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών του Διαδικτύου, παρόλα αυτά συμπεριλαμβάνεται μία πιο ευρεία οικονομική δραστηριότητα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο συμπεριλαμβάνει το εμπόριο (B2C) επιχείρηση προς καταναλωτή και το (B2B) επιχείρηση προς επιχείρηση , καθώς και τις συναλλαγές που υποστηρίζουν αυτές τις δραστηριότητες ορισμένοι εσωτερικοί οργανισμοί.

Ανάμεσα στις καινοτομίες που έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι, καθώς και οι μηχανές αναζήτησης που βρίσκουν πληροφορίες στο Δίκτυο: πράκτορες λογισμικού ή bots, όπου ενεργούν αυτόνομα ούτως ώστε να εντοπίσουν προϊόντα και υπηρεσίες και έπειτα τα κατάλληλα συστήματα προτείνουν προϊόντα στους χρήστες σύμφωνα με τις πληροφορίες του προφίλ τους.

Αυτού του είδους οι υπηρεσίες διευκολύνουν την πώληση των αγαθών και την πρόβλεψη χρήσης υπηρεσιών όπως το banking, το κλείσιμο εισιτηρίων και τις συναλλαγές της αγοράς αποθεμάτων και τις παραδόσεις της παιδείας και της ψυχαγωγίας από απόσταση.

Κάτι που ανησυχεί το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι η ασφάλεια. Η απόλυτη ασφάλεια δεν είναι δυνατό να επιτευχθεί και άλλο ένα ζήτημα που εγείρεται είναι αυτό του απορρήτου. Η συνάθροιση τόσων προφίλ και τόσων πληροφοριών εγείρει ερωτήματα στο πέρασμα των

¹https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C_%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF)

² <https://ecommerce-platforms.com/el/glossary/ecommerce>

χρόνων. Αυτά τα ερωτήματα αντιμετωπίζονται εν μέρει δια μέσου της νομοθεσίας και της πίεσης που ασκεί το κοινό.

Αρκετά σημαντικά φαινόμενα συσχετίζονται με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Η γεωγραφική απόσταση πλέον μειώνεται για τις επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Επιπλέον, τα εμπόδια για να εισαχθεί μία επιχείρηση στην αγορά είναι λιγότερα, καθώς είναι σχετικά ανέξοδο το να έχεις ένα website λιανικού εμπορίου. Πολλές παραδοσιακές επιχειρήσεις, που είναι μεσάζοντες, έχουν αντικαταστήσει ένα κομμάτι τους ή ακόμη και όλο το μέρος τους με ηλεκτρονική μορφή ή γίνονται επουσιώδεις στην ευρύτερη αγορά. Οι τιμές των αγαθών είναι γενικά χαμηλότερες στο Web- υπάρχει επίσης η σκέψη ότι όχι μόνο είναι φθηνότερα τα αγαθά, αλλά είναι και πιο εύκολο να συγκρίνει κάποιος καταναλωτής τις τιμές. Επιπλέον, οι καταναλωτές επωφελούνται και από τη διαθεσιμότητα των αγαθών που αγοράζονται σπάνια και που δε θα υπήρχαν στα παραδοσιακά μαγαζιά. Νέα επιχειρηματικά μοντέλα αναδύονται και τροποποιούνται εύκολα, αφού η αγορά αντιδράει σε αυτά γρήγορα. Παραδείγματος χάρη, ένα νέο είδος εταιρικής συνεργασίας γνωστή σαν Εικονική Εταιρεία έχει ευδοκιμήσει και στην πραγματικότητα είναι ένα δίκτυο εταιρειών των οποίων τα πληροφοριακά συστήματα ενσωματώνονται στο διαδίκτυο και κάθε εταιρεία εκτελεί κάποιες διαδικασίες οι οποίες χρειάζονται για να κατασκευαστεί ένα προϊόν ή να διεξαχθεί μία υπηρεσία.³

1.3. Ιστορική αναδρομή

Το ηλεκτρονικό εμπόριο προέκυψε αρχικά ως ανάγκη ανταλλαγής υπηρεσιακών εγγράφων, όπως οι παραγγελίες ή τα τιμολόγια, αναμεταξύ των προμηθευτών και των επιχειρηματιών πελατών τους. Στην ιστορική του αναδρομή εμφανίζεται πρώτα η εμφάνισή του περίπου το 1948-49, κυρίως διαμέσου telex. Η χρήση του παραπάνω από τις επιχειρήσεις ήταν πολύ συνηθισμένη. Η εμφάνισή του παρουσιάζει άνθιση τη δεκαετία του 1960, όπου ονομαζόταν Ηλεκτρονικός Κόμβος Πληροφοριών για να διευκολύνει την μεταφορά εγγράφων, ενώ το 1994 πραγματοποιήθηκε η πρώτη πώληση ενός cd ανάμεσα σε φίλους διαμέσου ενός website λιανικής, με την επωνυμία Net Market

Στη συνέχεια και την διαρκώς αυξανόμενη χρήση του Internet καθώς και με την εισαγωγή του WWW (Παγκοσμίου Εύρους Δίκτυο) το 1991 και με τον πρώτο φυλλομετρητή το 1993, το

³ <https://www.britannica.com/technology/e-commerce>

μεγαλύτερο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου στράφηκε προς το Διαδίκτυο. Ακόμη πιο πρόσφατα, με την παγκόσμια εξάπλωση των smartphones και την πρόσβαση σε ευρυζωνικές συνδέσεις, μεγάλο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου στράφηκε σε κινητές συσκευές, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν τα tablet, τα laptops και τα wearables, όπως τα watches.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει επηρεάσει σημαντικά την καθημερινότητα μας επηρεάζοντας με τελείως διαφορετικό τρόπο τη λειτουργία τόσο των επιχειρήσεων όσο και των καταναλωτών. Το εμπόριο αυτό διεξάγεται σε ηλεκτρονικές αγορές και σε εφοδιαστικές αλυσίδες που λειτουργούν στο Internet-Web. Οι αγορές που προσανατολίζονται προς τους καταναλωτές συμπεριλαμβάνουν μεγάλα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα (όπως το Amazon), καθώς και το C2C (καταναλωτή προς καταναλωτή) εμπόριο διαθέτει μεγάλες πλατφόρμες δημοπρασιών (π.χ. το E-Bay). Το ηλεκτρονικό εμπόριο το χρησιμοποιεί ακόμη και η αγορά του Airbnb, καθώς και η αγορά των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς (με την εφαρμογή του Uber).

Για τα έτη 2017-2018 σύμφωνα με την ετήσια έρευνα για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο B2C στην Ελλάδα του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών καταγράφονται 3.5 εκατ. online καταναλωτές, οι οποίοι πραγματοποιούν συνολικό τζίρο 4,5 με 5 δισ. ευρώ ετησίως.⁴

Η αυξητική τάση του ηλεκτρονικού εμπορίου είχε ήδη αρχίσει να διαφαίνεται από τα πρώτους μήνες του 2020. Σύμφωνα με δημοσίευμα της εφημερίδας ΕΘΝΟΣ στις 26.02.2021, το 2020 το ηλεκτρονικό εμπόριο στη χώρα μας, εκτιμάται ότι ήταν κοντά στα 11 δισ. ευρώ, το οποίο σημαίνει μια αύξηση περίπου 35% σε σχέση με το 2019. Αυτό ανέφερε ο καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών Γεώργιος Δουκίδης σε συνεδρίαση του διοικητικού συμβουλίου του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ), με θέμα τις εξελίξεις στην αγορά λόγω της πανδημίας και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει το ηλεκτρονικό εμπόριο στα προβλήματα που έχουν προκύψει. Στην ίδια συνεδρίαση του διοικητικού συμβουλίου είχε ανακοινωθεί η πρόβλεψη «Πιστεύουμε ότι έχουμε μια προοπτική να κινηθούμε γύρω στα 15 δισ. ευρώ ετησίως». Όπως καταγράφεται στο παρών κεφάλαιο και συγκεκριμένα στο πεδίο 1.7 με θέμα το ηλεκτρονικό εμπόριο στη πανδημία η

⁴: <https://www.greekecommerce.gr/category/ereynes-gia-ellada/>

πρόβλεψη του επιμελητηρίου την επόμενη χρονιά επιβεβαιώθηκε δεδομένου ότι το ύψος της έφθασε τα 14 εκατ. Ευρώ.⁵

Το ηλεκτρονικό εμπόριο καταγράφει τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα αυξητικές τάσεις οι οποίες μπορούν να δηλωθούν ισάξια επανάστασης στο παραδοσιακό τρόπο προώθησης των προϊόντων και της παροχής των υπηρεσιών, ώστε να ανταποκριθεί στις μεταβαλλόμενες ανάγκες των καταναλωτών. Οι τεχνολογικές εξελίξεις και τα νέα μέσα (όπως ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, το λαπτοπ, τα κινητά έχουν μπει στη ζωή των καταναλωτών και κερδίζουν διαρκών έδαφος έναντι των υπολοίπων μέσων.

1.4. Είδη Ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο χωρίζεται στους κάτωθι έξι (6) τύπους (όπως προσδιορίζονται από τη διεθνή βιβλιογραφία Boyaci & Baynal, 2016):

- **B2B (επιχείρηση προς επιχείρηση):** Οι συναλλαγές πραγματοποιούνται μεταξύ επιχειρήσεων στα οποία το ένα μέρος θεωρείται πελάτης και ως παραστατικά μεταξύ τους είναι τα τιμολόγια. Με αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνονται όλα τα πλεονεκτήματά του ηλεκτρονικού εμπορίου όπως περιγράφονται παρακάτω εφόσον οι επιχειρήσεις μεταξύ τους μειώνουν τα λειτουργικά τους έξοδα, επιτυγχάνουν καλύτερες τιμές και βρίσκουν πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών σε άκρως ανταγωνιστικές τιμές. Τέτοια παραδείγματα είναι οι online κατάλογοι, καθώς και τα websites, που ανταλλάσσουν προϊόντα και υπηρεσίες και αφήνουν άλλες επιχειρήσεις να προμηθευτούν αυτές τις υπηρεσίες διαμέσου ενός κατάλληλα διαμορφωμένου ηλεκτρονικού περιβάλλοντος.
- **B2C (επιχείρηση προς καταναλωτή):** Οι επιχειρήσεις προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες σε πελάτες που δεν είναι επιχειρηματίες διαμέσου του ηλεκτρονικού τους καταστήματος. Και σε αυτή τη περίπτωση οι καταναλωτές επιτυγχάνουν ανταγωνιστικότητα στις τιμές μέσα από την αναζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν οι επιχειρήσεις. Αυτή η μορφή συναλλαγών του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η περισσότερο διαδεδομένη. Οι δημοπρασίες οι οποίες γίνονται δια μέσου διαδικτύου, είναι ένα παράδειγμα C2C πλατφόρμας.
- **C2C (καταναλωτής προς καταναλωτή):** Η συγκεκριμένη μορφή συναλλαγών αφορά στις συναλλαγές αγαθών και υπηρεσιών που πραγματοποιούνται μεταξύ καταναλωτών. Η

⁵https://www.ethnos.gr/Economy/article/147641/hlektronikoemporioayxhthhkesthnellada_kata3525to2020

συγκεκριμένη μορφή δεν έχει επίσημο χαρακτήρα καθώς κανένας εκ των δύο συναλλασσόμενων δεν μπορεί να εκδώσει νόμιμο παραστατικό.

- **C2B (καταναλωτής προς επιχείρηση):** Οι καταναλωτές προωθούν προϊόντα ή υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις διαδικτυακά με στόχο οι επιχειρήσεις να κάνουν προσφορές για να τα αγοράσουν
- **B2A (επιχειρήσεις προς διοικητικές υπηρεσίες):** Οι επιχειρήσεις διεξάγουν διαδικτυακές συναλλαγές με τη Δημόσια Διοίκηση ή με υπηρεσίες της κυβέρνησης, με χαρακτηριστικά παραδείγματα τα νομικά έγγραφα, τα διάφορα δημόσια μητρώα, την ασφάλεια, τις δημοσιονομικές πληροφορίες, καθώς και τα στοιχεία για την απασχόληση
- **C2A (καταναλωτές προς Δημόσια Διοίκηση (Κυβέρνηση):** Οι καταναλωτές διεξάγουν διαδικτυακές συναλλαγές με την Κυβέρνηση, τις δημόσιες υπηρεσίες και άλλους φορείς της κυβέρνησης. Παραδείγματα αυτού του είδους των συναλλαγών μπορούν να καταγραφούν σε επίπεδο ασφάλειας η διανομή πληροφοριών και πραγματοποίηση πληρωμών. Στη περίπτωση των φόρων η επιστροφή φόρου, καθώς και η πληρωμή φόρων κ.α

1.5. Πλεονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου αποδίδει πολλαπλά οφέλη προς όλες τις κατευθύνσεις. Από τη επιμέρους ανάλυση προκύπτει ότι τα πλεονεκτήματα του μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε :

- Οφέλη για τον καταναλωτή
- Οφέλη για την επιχείρηση
- Οφέλη για το κοινωνικό σύνολο επιχείρησης.

1.5.1. Οφέλη για τους καταναλωτές

Το ηλεκτρονικό εμπόριο απευθύνεται στη παγκόσμια αγορά . Αυτό έχει ως δεδομένο ότι οι συναλλαγές μπορούν να γίνουν από οποιαδήποτε τοποθεσία, οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας και να απευθύνονται σε οποιοδήποτε σημείο του πλανήτη. Κατά αυτή την έννοια ο καταναλωτής δεν χρειάζεται να πραγματοποιήσει τις αγορές του σε ωράριο καταστημάτων, μόνο στη πόλη που μένει και μπορεί να επιλέξει μέσα από μια τεράστια ποικιλία προϊόντων ή υπηρεσιών. Η τεχνολογική εξέλιξη παρέχει απεριόριστες κινήσεις στις αγορές των προϊόντων

και των υπηρεσιών καθώς μόνο με τη χρήση της αφής αλλά και του ηλεκτρονικού υπολογιστή ο καταναλωτής μπορεί άμεσα και γρήγορα να αποκτήσει ότι επιθυμεί. Είναι βέβαιο ότι με αυτή τη διαδικασία ο καταναλωτής εξοικονομεί χρήμα και χρόνο που στις πλείστες των περιπτώσεων θα δαπανούσε σε ένα φυσικό κατάστημα. Παράλληλα η χρήση των τεχνολογικών εφαρμογών θα το εξασφαλίσει χρήματα τα οποία θα δαπανούσε αν χρειαζόταν να μεταφερθεί με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο σε ένα φυσικό κατάστημα προκειμένου να πραγματοποιήσει τις αγορές του.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο απευθύνεται στην παγκόσμια αγορά. Αυτό έχει ως δεδομένη την έρευνα αγοράς στην οποία μπορεί να προβεί σε παγκόσμιο επίπεδο αποκτώντας το προϊόν που θέλει στη καλύτερη δυνατή τιμή και ποιότητα. Σε αυτή τη περίπτωση μπορεί να συγκρίνει εύκολα και γρήγορα τις τιμές και υπηρεσίες ενώ με τις πρόσφατες εξελίξεις μπορεί να παρακολουθεί ανά πάσα στιγμή και την εξέλιξη της παραγγελίας του. Μέσω της παγκοσμιοποίησης όπως αυτή έχει επιτευχθεί από τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, έχει αυξηθεί και η ανταγωνιστικότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, διαδικασία η οποία αποβαίνει τελικώς προς όφελος του καταναλωτή. Η πληθώρα των μηχανών αναζήτησης αποτελούν μια σημαντική εξέλιξη η οποία μοιραία οδηγεί σε ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων που προωθούν προϊόντα και υπηρεσίες ενώ ταυτόχρονα λόγω του μειωμένου μεταξύ άλλων λειτουργικού κόστους των ηλεκτρονικών καταστημάτων, οι τιμές των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών είναι χαμηλότερες με αποτέλεσμα ο καταναλωτής με το διαθέσιμο εισόδημά του να μπορεί να προμηθεύεται περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες.

Με το ηλεκτρονικό εμπόριο εξασφαλίζεται η άμεση διαθεσιμότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών ενώ εξαλείφεται η αναμονή τους. Μέσω της χρήσης των τεχνολογικών εφαρμογών ο καταναλωτής μπορεί να βεβαιώσει ότι το προϊόν που επιθυμεί θα είναι άμεσα διαθέσιμο χωρίς να περιμένει πότε η επιχείρηση θα το παραλάβει μέσω των καναλιών διανομής με τα οποία συνεργάζεται. Έτσι εξασφαλίζει τη ταχύτερη δυνατή ικανοποίηση των απαιτήσεών του.

1.5.2. Οφέλη για τις επιχειρήσεις

Μέσω της προώθησης των προϊόντων της η διαδικτυακή επιχείρηση μπορεί να αυξήσει τα έσοδά της δεδομένου ότι δεν απευθύνεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή αλλά σε παγκόσμια αγορά, που αν φροντίσει να συμμορφώσει τις επιταγές που εξασφαλίζει η

σύγχρονη πραγματικότητα και η κείμενη νομοθεσία, δηλαδή αν φροντίσει να έχει δίγλωσση ιστοσελίδα και προσβασιμότητα Αμέα θα έχει δυνητικούς πελάτες όλο το κόσμο. Αυτό θα της επιφέρει αύξηση των εσόδων αλλά και πολλαπλά οφέλη καθώς θα μάθει να σκέφτεται out of the box , καθώς τους έδωσε δυνατότητα πρόσβασης σε νέες αγορές.

Ως συνέχεια του παραπάνω μπορεί να δηλωθεί και η μείωση του λειτουργικού τους κόστους καθώς δεν υπάρχει υποχρέωση για φυσικό κατάστημα, συνεπώς ούτε η υποχρεωτικότητα των εξόδων που προκύπτουν από τη λειτουργία του. Εταιρείες με μεγάλη εμπέλεια έχουν αποδείξει ότι η ύπαρξη ενός ηλεκτρονικό και μόνο καταστήματος μπορεί να οδηγήσει σε βιωσιμότητα (χαρακτηριστικότερο παράδειγμα την Amazon)

Το ηλεκτρονικό εμπόριο διαθέτει επιπλέον τη δυνατότητα για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών που απευθύνεται σε αυτό. Πιο συγκεκριμένα ο πελάτης μπορεί μέσα από τις ερωτήσεις και το πλήθος των πληροφοριών που διαθέτουν οι εμπορικές ιστοσελίδες να βρίσκεται ανα πάσα ώρα και στιγμή πλήρως ενημερωμένος για τις επιμέρους πληροφορίες που τον ενδιαφέρουν. Οι απαντήσεις που δίνονται μέσα από τις ιστοσελίδες στους πελάτες προσδιορίζουν και την ποιότητα της παροχής των υπηρεσιών της καθώς ένα πλήρως ενημερωμένο site θα δώσει μεγαλύτερη ασφάλεια στον πελάτη ότι πρόκειται για άκρως επαγγελματική συμπεριφορά από τη πλευρά της επιχείρησης με γνώμονα τη καλύτερη εξυπηρέτησή τους.

Επιπροσθέτως οι καταναλωτικές συνήθειες των πελατών καταγράφονται στα ειδικά συστήματα που διαθέτουν αυτού του είδους οι επιχειρήσεις στις οποίες οι πληροφορίες που καταλήγουν δίνουν επιπλέον στοιχεία τα οποία αποτυπώνονται σε προτάσεις για νέα προϊόντα και υπηρεσίες, καλύτερευση των παρεχόμενων υπηρεσιών και λοιπά στοιχεία τα οποία τελικά θα επιστρέψουν στον καταναλωτή ως κέρδος.

1.5.3. Οφέλη για την Κοινωνία

Τα οφέλη του ηλεκτρικού εμπορίου παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον αν εξετασθούν και από τη σκοπιά της κοινωνίας.

Οι ηλεκτρονικές συναλλαγές δεδομένου ότι πραγματοποιούνται με ηλεκτρονικά μέσα, εκμηδενίζουν τη χρήση χαρτιού καθώς πλέον η διαβίβαση των τιμολογίων και των αποδείξεων γίνεται μέσω email ή με αποστολή σε ειδικές εφαρμογές που διαθέτουν τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι καταναλωτές που πραγματοποιούν τη συναλλαγή.

Επιπροσθέτως οι ηλεκτρονικές αγορές καθώς γίνονται μέσω ηλεκτρονικών εφαρμογών μειώνει τη κυκλοφορία των οχημάτων με αποτέλεσμα την επίτευξη της κλιματικής ουδετερότητας συμβάλλοντας έτσι στη μείωση των ρύπων που προέρχονται από τη χρήση του αυτοκινήτου ιδιαίτερα στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Η αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου δημιουργεί νέες θέσεις απασχόλησης με εξειδικευμένες γνώσεις και ιδιαίτερες δεξιότητες καθώς η χρήση του από τη πλευρά του απασχολούμενου προσωπικού απαιτεί περαιτέρω εξειδίκευση. Με αυτό τον τρόπο διασφαλίζεται η ανταγωνιστικότητα μεταξύ των υπαλλήλων μιας επιχείρησης αλλά και η ώθηση για μεγαλύτερη απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων προκειμένου το εν δυνάμει απασχολούμενο προσωπικό να έχει περισσότερες πιθανότητες απασχόλησης στις επιχειρήσεις του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η διάνθιση του ηλεκτρονικού εμπορίου δίνει τη δυνατότητα για μεγαλύτερη διαφάνεια στους συναλλασσόμενους ενώ ταυτόχρονα περιορίζεται και η φοροδιαφυγή. Οι παράγοντες που βοηθούν τη κοινωνία στο συγκεκριμένο πεδίο είναι ότι οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου πρέπει να διατηρούν οργανωμένα τα αποθέματα τους σε ηλεκτρονικές αποθήκες και να υπάρχει πλήρης εικόνα της κίνησης τους με παραστατικά, γεγονός που αποφέρει μεγαλύτερο έλεγχο και διαφάνεια στο οικονομικά των επιχειρήσεων και κατ επέκταση στη κοινωνία.

1.6. Τρόποι πληρωμής ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο πραγματοποιείται διαδικτυακά και ως εκ τούτου και οι τρόποι πληρωμής του είναι ηλεκτρονικοί. Τα μέσα που χρησιμοποιούνται προκειμένου ο συναλλασσόμενος να πραγματοποιήσει την ηλεκτρονική του πληρωμή είναι αρκετοί. Παρακάτω καταγράφονται ορισμένοι από αυτούς:

- **Χρεωστική Κάρτα:** Αυτή η μορφή ηλεκτρονικής πληρωμής αφορά στη κάρτα μισθοδοσίας ή καταθέσεων που διαθέτουν οι συναλλασσόμενοι., δεν επιδέχεται δόσεις και η συναλλαγή αφορά σε κατ αποκοπή ποσό. Σε αυτή τη μορφή πληρωμών απαιτείται η είσοδος στη τράπεζα με τους προσωπικούς κωδικούς του συναλλασσόμενου και η επιβεβαίωση της παραγγελίας και του ποσού μέσα από την τράπεζα.
- **Πιστωτική Κάρτα:** Η οποιαδήποτε συναλλαγή με αυτή τη μορφή απαιτεί τη συμπλήρωση των στοιχείων της πιστωτικής κάρτας σε ειδικά πεδία και η πληρωμή του

προϊόντος ή της υπηρεσίας δύναται να πραγματοποιηθεί με κατ' αποκοπή πληρωμή ή με αριθμό δόσεων η οποία εξαρτάται από το συνολικό ποσό της παραγγελίας καθώς και από τη πολιτική των δόσεων της τράπεζας στην οποία ανήκει η πιστωτική κάρτα.

- **Αντικαταβολή:** Πρόκειται για την αποπληρωμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας κατά τη παράδοση στον τελικό αποδέκτη και όχι η προπληρωμή κάποιου ποσού όπως γίνεται στις προηγούμενες δύο (2) μορφές.
- **Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό:** Πρόκειται για την απευθείας κατάθεση του ποσού της παραγγελίας σε τραπεζικό λογαριασμό της επιχείρησης με την οποία γίνεται η συναλλαγή. Και αυτός ο τρόπος πληρωμής αφορά σε προπληρωμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας πριν καταλήξει στον τελικό αποδέκτη.
- **Pay pal:** Πρόκειται για τον τρόπο πληρωμής ο οποίος πραγματοποιείται με προπληρωμένη κάρτα. Η συγκεκριμένη μορφή απαιτεί την εγγραφή του χρήστη σε ειδικό λογαριασμό διαδικτυακά ο οποίος διατηρείται διαρκώς και ενισχύεται κάθε φορά με όποιο χρηματικό ποσό επιθυμεί ο αποστολές των χρημάτων.

1.7. Ιστορική αναδρομή κατά τη διάρκεια της πανδημίας

Αναμφίβολα, η υγειονομική κρίση που δημιουργήθηκε από την παγκόσμια πανδημία (COVID-19) οδήγησε σε ένα εξαιρετικά δύσκολο επιχειρηματικό περιβάλλον. Το εμπόριο πέρασε σε μία νέα μορφή καθώς οι καταναλωτές αναζήτησαν νέες διεξόδους προκειμένου να εκπληρώσουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες. Νέες μορφές εμπορίου εμφανίσθηκαν όπως eshops, marketplaces κλπ., ενώ η τεχνολογική εξέλιξη αποτυπώθηκε σε κάθε έμφαση των καθημερινών τους συναλλαγών. Τα δεδομένα όπως αποτυπώνονται παρακάτω από την αναζήτηση μέσω πηγών για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας, αποδεικνύουν ότι η νέα τάση οδήγησε σε αύξηση των συναλλαγών- απόρροια της πανδημίας- τάση η οποία πλέον αποτελεί τη σύγχρονη πραγματικότητα όχι μόνο για τα ελληνικά αλλά και για τα παγκόσμια δεδομένα.

Πιο συγκεκριμένα το ηλεκτρονικό εμπόριο διπλασιάστηκε στην Ελλάδα μέσα σε ένα χρόνο, δήλωσε η διευθύνουσα σύμβουλος της Visa Europe, Charlotte Hogg. Η Ελλάδα ήταν από τις πρώτες χώρες στην Ευρώπη που αύξησε το όριο ανέπαφων συναλλαγών στην πρώτη φάση της

πανδημίας, ενώ η χρήση ανέπαφων συναλλαγών σημείωσε και στην Ελλάδα αλλά και παγκοσμίως ραγδαία αύξηση.⁶

Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η δημοσίευση της εφημερίδας ΗΜΕΡΗΣΙΑ στην οποία γίνεται πρόβλεψη σχετικά με τους ρυθμούς ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου τη περίοδο 2022-2027. Ο τίτλος του δημοσιεύματος αναφέρεται ως ακολούθως: E-commerce: Θα αναπτυχθεί με ρυθμό άνω του 12,15% στην Ελλάδα την περίοδο 2022-2027 : Η αξία του ηλεκτρονικού εμπορίου B2C (συμπεριλαμβανομένων προϊόντων και υπηρεσιών) στην Ελλάδα το 2021 έφτασε τα 14 δισ. Ευρώ. “Δεν είναι τυχαίο ότι πέρυσι το 59% των online shoppers χρησιμοποίησε πιο συχνά από ποτέ διαδικτυακές πληρωμές, όπως η PayPal. Τέτοιου είδους πληρωμές απλοποιούν τη συναλλαγή και διασφαλίζουν το αίσθημα εμπιστοσύνης, αυτό ακριβώς που αποζητούν σήμερα οι καταναλωτές”, δηλώνει η εταιρεία.....Για του λόγου το αληθές, τα τελευταία 3 χρόνια, η συνολική αξία των ευρωπαϊκών ψηφιακών και mobile πληρωμών έχει αυξηθεί κατά τουλάχιστον 30%. Επίσης, ο αριθμός των Ευρωπαίων πολιτών, που χρησιμοποιούν μεθόδους άνευ μετρητών, προβλέπεται να ξεπεράσει τα 700 εκατομμύρια έως το 2026. Έτσι, καθώς οι ηλεκτρονικές συναλλαγές είναι ο πιο βολικός τρόπος πληρωμής του e-shopping, τα ψηφιακά πορτοφόλια γίνονται η φυσική επιλογή.⁷

Τα παραπάνω στοιχεία του ύψους των 14 δις ευρώ επιβεβαιώνει σε δημοσίευσμά της και η διαδικτυακή εφημερίδα newmoney με ημερομηνία 12 Ιανουαρίου 2021. Πιο συγκεκριμένα αναφέρει στο σχετικό άρθρο ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Λιανικής Πωλήσεως (ΣΕΛΠΕ), Αντώνης Μακρής, επισημαίνοντας μεταξύ άλλων ότι στο διαδίκτυο και στον χάρτη των ηλεκτρονικών καταστημάτων βρίσκονται 15.000 ελληνικές επιχειρήσεις με γύρω στα 14 δισεκατομμύρια ήταν το σύνολο των ηλεκτρονικών αγορών μας μέσα στη χρονιά που πέρασε, κάπου 2 δισεκατομμύρια περισσότερο από το 2020. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το 50% των χρηστών διαδικτύου προέβη σε κάποια αγορά μέσω διαδικτύου το τελευταίο 15νθήμερο, ποσοστό ίδιο με τον Ιούνιο 2021, και ναι μεν χαμηλότερο από τη μέτρηση του Δεκεμβρίου 2020 (61%), αλλά διπλάσιο σε σχέση με τον Δεκέμβριο 2019 (26%).⁸

⁶ <https://www.ot.gr/2021/05/13/oikonomia/delphi-forum-to-ilektroniko-emporio-diplasiastike-stin-ellada-mesa-se-ena-xrono>

⁷ https://www.imerisia.gr/tehnologia/49486_e-commerce-tha-anaptyhthei-me-rythmo-ano-toy-12-15-stin-ellada-tin-periodo-2022

⁸ <https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/ilektroniko-emporio-polisis-14-dis-evro-to-2021-ti-agorasame-stin-ellada-vid/>

Σύμφωνα με δημοσίευση της εφημερίδας ΕΘΝΟΣ στις 21.01.2021 με τίτλο: Κορονοϊός - έρευνα: Ενισχυμένο το ηλεκτρονικό εμπόριο : Ιδιαίτερα ενισχυμένες, εξαιτίας των συνθηκών που επέφερε ο κορονοϊός, βγαίνουν οι αγορές μέσω διαδικτύου, αφού, σύμφωνα με έρευνα του Συνδέσμου Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος, η οποία διεξήχθη σε συνεργασία με το Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ELTRUN) του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπερδιπλασιάστηκαν οι ηλεκτρονικές αγορές το δεύτερο δεκαπενθήμερο σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2019. Το 61% των χρηστών του διαδικτύου προχώρησε το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα σε κάποια ηλεκτρονική αγορά. Υψηλά ποσοστά κατέγραψε η επιμέρους κατηγορία της ηλεκτρονικής αγοράς τροφίμων (14%), καθώς και η ηλεκτρονική αγορά έτοιμου φαγητού (45%). Τη μεγαλύτερη αύξηση πωλήσεων μέσω διαδικτύου σημείωσαν τα ηλεκτρικά και ηλεκτρονικά είδη (από το 35% στο 46%), καθώς και τα παιχνίδια και είδη δώρων (από το 12% στο 27%). Την ίδια στιγμή το 49% δηλώνει ότι θα συνεχίζει να αγοράζει μέσω διαδικτύου ακόμα και μετά το άνοιγμα των φυσικών καταστημάτων.⁹

Η Ελλάδα είναι πρωτοπόρος κατά τη διάρκεια της πανδημίας στη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σύμφωνα με δημοσίευμα της Καθημερινής στις 25.9.2021. Πανευρωπαϊκό ρεκόρ σημείωσε το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα το 2020, καθώς καταγράφηκε η υψηλότερη αύξηση των διαδικτυακών πωλήσεων σε σύγκριση με το 2019 σε όλη την Ευρώπη. Έτσι, ενώ ο τζίρος συνολικά στην Ευρώπη (σε 37 χώρες και όχι μόνο στην Ευρωπαϊκή Ένωση) αυξήθηκε το 2020 σε σύγκριση με το 2019 κατά 10%, στην Ελλάδα –σύμφωνα με την ετήσια έκθεση για το ηλεκτρονικό εμπόριο που διενήργησαν η Ecommerce Europe και η Eurocommerce– ενισχύθηκε κατά 77%, με τους καταναλωτές να στρέφονται μαζικά στα ηλεκτρονικά καταστήματα όταν ξεκίνησε το lockdown την περυσινή άνοιξη. Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση της Ecommerce Europe η αλματώδης αύξηση των ηλεκτρονικών πωλήσεων στην Ελλάδα δεν οφείλεται στο ότι οι χρήστες του Ιντερνετ έκαναν περισσότερες αγορές, αλλά στο ότι αυξήθηκε ταυτόχρονα και ο αριθμός όσων πλέον ψωνίζουν από ηλεκτρονικά καταστήματα.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από 28/6/21 έως 7/9/21, με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων σε εταιρείες μέλη ταχυμεταφορών και μέλη εταιρειών Logistics, για λογαριασμό του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A) σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών αγοράς Truberries διεπιστώθη ότι η αύξηση είναι πάνω από 50% τα τελευταία 2 χρόνια (36% νεοεισερχόμενοι). Σύμφωνα με την έρευνα η μεγαλύτερη πρόκληση

⁹ <https://www.ethnos.gr/Economy/article/147641/hlektronikoemporioayxththkesthnellada kata3525to2020>

(και) για τις επιχειρήσεις e-shop είναι το επίπεδο εξυπηρέτησης σε συνθήκες υψηλής ζήτησης, το οποίο αποτυπώνει τη δύσκολη εμπειρία του lockdown. Ο ανταγωνισμός που δεν επιτρέπει μακροπρόθεσμες στρατηγικές, η εμπειρία μεταφοράς και παράδοσης του προϊόντος, η διαχείριση του stock και η αναβάθμιση της τεχνολογίας έπονται ως οι πιο σημαντικές προκλήσεις που αναγνωρίζονται σήμερα.¹⁰

Επιπροσθέτως σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A) σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών αγοράς Truberries από τις 4/5/2021 έως τις 18/5/21 με Online συνεντεύξεις σε 1.200 άνδρες και γυναίκες , ηλικίας 18-60 ετών διεπιστώθη ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι τάση και ενισχύεται. Οι ηλεκτρονικές αγορές που εδραιώθηκαν λόγω της καραντίνας, φαίνεται πως συνεχίζουν την ανοδική τους πορεία ακόμη και παράλληλα με τη λειτουργία των φυσικών καταστημάτων. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας , την αμέσως επόμενη περίοδο της άρσης του lockdown (Μάιος 2021), οι καταναλωτές δηλώνουν έτοιμοι να συνεχίσουν να ψωνίζουν από online καταστήματα (94%), ενώ ένα 14% του συνόλου του δείγματος δηλώνει έτοιμο να αυξήσει την συχνότητα των αγορών.¹¹

Εντυπωσιακά είναι και τα αποτελέσματα έρευνας για τις επιπτώσεις του COVID-19 στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο που πραγματοποιήθηκε για λογαριασμό του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου , GR.EC.A με την υποστήριξη των Best price , Skrutz και την ευγενική χορηγία του e-satisfaction. Στην έρευνα με διάρκεια 18/03 – 21/03 συμμετείχαν 307 επιχειρήσεις τόσο από τα Ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα όσο και τα μέλη του συνδέσμου. Το 92% των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι οι τρέχουσες συνέπειες της πανδημίας έχει ήδη επηρεάσει τις επιχειρήσεις ενώ οι κλάδοι που φαίνεται να πλήττονται περισσότερο είναι αυτοί των: Ειδών μόδας, αθλητικών, κοσμημάτων, ειδών σπιτιού, λευκών συσκευών. Μάλιστα το 74% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι λαμβάνουν σημαντικά λιγότερες παραγγελίες σε σχέση με πριν¹² .

¹⁰ <https://www.greekecommerce.gr/category/ereynes-gia-ellada/>

¹¹ <https://www.greekecommerce.gr/category/ereynes-gia-ellada/>

¹² <https://www.greekecommerce.gr/category/ereynes-gia-ellada/>

2. Κεφάλαιο 2: Η περίπτωση της Πελοποννήσου

2.1. Πρόγραμμα Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης Προγραμμάτων ΕΤΠΑ & ΤΑ Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠΑΝΕΚ

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, η Ειδική Γραμματεία Διαχείρισης προγραμμάτων ΕΤΠΑ & ΤΑ, Ειδική Υπηρεσία Διαχείρισης ΕΠΑΝΕΚ, ανταποκρινόμενη στις διαρκώς αυξανόμενη κρίση που αφορούσε στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας προέβη σε πρόσκληση υποβολής αιτήσεων χρηματοδότησης επενδυτικών σχεδίων για τη δράση με τίτλο: «Ε-Λιανικό – Επιχορήγηση υφιστάμενων ΜμΕ επιχειρήσεων του κλάδου του λιανεμπορίου, για την ανάπτυξη/ αναβάθμιση και διαχείριση ηλεκτρονικού καταστήματος» στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία (ΕΠΑΝΕΚ)», ΕΣΠΑ 2014-2020 στους άξονες προτεραιότητας 01 και 01Σ του ΕΠΑΝΕΚ «Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας με τομεακές προτεραιότητες», την Επενδυτική Προτεραιότητα 2b: Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών ΤΠΕ, ηλεκτρονικό εμπόριο και αύξηση της ζήτησης για ΤΠΕ» συμβάλλοντας στον Ειδικό Στόχο 1.2 «Αύξηση της προσφοράς ψηφιακών υπηρεσιών, εφαρμογών και ολοκληρωμένων λύσεων Τ.ΠΤ. για τις επιχειρήσεις. Η Δημόσια Δαπάνη ανερχόταν σε 80.000.000€, ενώ για τη περιφέρεια Πελοποννήσου, Δυτικής Μακεδονίας, Ιονίων Νησιών, Βορείου Αιγαίου και Κρήτης οι οποίες ανήκουν στις Περιφέρειες σε Μετάβαση είχε ορισθεί αρχικό ποσό: χρηματοδότησης: **15.515.395,28€**

Η δράση ήταν συγχρηματοδοτούμενη με πόρους της Ελλάδας, και της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης- ΕΤΠΑ).

Ωφελούμενοι ήταν πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις Λιανικού Εμπορίου που διατηρούσαν φυσικό κατάστημα (σε διακριτό της οικίας τους χώρο) ανεξαρτήτων νομικής μορφής. Σε κάθε επιχείρηση θα αποδιδόταν συνολική επιχορήγηση έως του ποσού των **5.000€** για την απόκτηση εξοπλισμού πληροφορικής και την υλοποίηση άυλων ενεργειών (λογισμικό/ υπηρεσίες) με σκοπό την ανάπτυξη και διαχείριση ηλεκτρονικού καταστήματος έως του ποσού των **1.500€**.

Βασική προϋπόθεσή επιτυχούς υλοποίησης της παραπάνω δράσης ήταν μεταξύ άλλων να τηρηθούν οι απαιτήσεις δημοσιότητας σύμφωνα με τα άρθρα 115-117 και το παράρτημα XII του κανονισμού (ΕΕ) 1303/2013 στο Κεφάλαιο II του Εκτελεστικού Κανονισμού 821/2014, στον Κανονισμό (ΕΕ Ευρατόμ) αριθμ. 1046/2018 και στον Επικοινωνιακό Οδηγό για το ΕΣΠΑ 2014-

2020 που εκδόθηκε από την Εθνική Αρχή Συντονισμού τους Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού το Μάιο του 2015.

Επιπρόσθετα πολύ σημαντική είναι η διασφάλιση της προσβασιμότητας των Αμεα , όπως πλέον απαιτείται σε κάθε υποβολή φακέλου χρηματοδότησης σε παρόμοια προγράμματα. Πιο συγκεκριμένα στο πλαίσιο της παραπάνω πρόσκλησης είναι υποχρεωτική η τήρηση όλων των απαιτήσεων σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο ώστε να διασφαλίζεται η πρόσβαση των ατόμων με αναπηρία στον σύνολο των προσφερόμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών και το ηλεκτρονικό περιεχόμενο της διαδικτυακής πύλης και των εφαρμογών του επενδυτικού σχεδίου με την πλήρη συμμόρφωση με της ελέγξιμες Οδηγίες για τη Προσβασιμότητα του Περιεχομένου του Ιστού έκδοση 2.0 σε επίπεδο προσβασιμότητας τουλάχιστον «AA» (WCAG 2.0, level AA).

Η συγκεκριμένη υποβολή είχε ως στόχο την αντιμετώπιση των επιπτώσεων που προσκλήθηκαν από την έξαρση της νόσου COVID-19, οι οποίες δημιούργησαν συνθήκες για τις επιχειρήσεις που δεν θα υφίσταντο αν οι επιχειρήσεις λειτουργούσαν κανονικά. Δεδομένων των αρνητικών αποτελεσμάτων που προκάλεσε ο εγκλεισμός λόγω της πανδημίας προκλήθηκε επιβάρυνση στην οικονομία ολόκληρης της χώρας με τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου να βάζονται περισσότερο από κάθε άλλη περίπτωση. Όπως αποτυπώνεται και στα κεφάλαια που ακολουθούν απόρροια της έξαρσης της υγειονομικής κρίσης ήταν η μεταστροφή των καταναλωτών στις αγορές μέσω των καταστημάτων λιανικού εμπορίου. Στο συγκεκριμένο πρόγραμμα δόθηκε η δυνατότητα σε όλες τις επιχειρήσεις που τηρούσαν τα βασικά κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα:

2.2. Κριτήρια ένταξης στο πρόγραμμα

- Υφιστάμενες ή νεοσύστατες επιχειρήσεις με ενεργό ΚΑΔ Λιανικού εμπορίου (από 47.19.10.03 έως και 47.79.99.05), με έδρα διαφορετική από την οικία τους, εφόσον διαθέτουν φυσικό κατάστημα λιανικής πώλησης ειδών και να έχει ανασταλεί η λειτουργία τους (στην έδρα και τα υποκαταστήματα τους) τουλάχιστον μία μέρα από την Τετάρτη 18 Μαρτίου 2020 με κρατική εντολή.
- Να αποδεικνύεται ότι υπάρχει μείωση στο κύκλο εργασιών (το ποσοστό διέφερε ανάλογα την κατηγοριοποίηση της επιχείρησης σε υφιστάμενη και νεοσύστατη), κατά το 4^ο τρίμηνο του έτους 2020 σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του έτους 2019.

- Να μην έχουν λάβει ποσά χρηματοδότησης από κρατική ενίσχυση για μια τριετία που υπερβαίνει το ποσό των 200.000€.
- Να πληρούν τις προϋποθέσεις εφαρμογής του Καν. 1407/2013 (De Minimis)
- Να μην συντρέχουν λόγοι αποκλεισμού για την επιβολή προστίμων για παραβάσεις της εργατικής νομοθεσίας
- Να μην εκκρεμεί σε βάρος τους εντολή ανάκτησης προηγούμενης παράνομης και ασύμβατης κρατικής ενίσχυσης βάση απόφαση ΕΕ ή ΔΕΕ.
- Να ληφθούν υπόψη όλες οι απαιτήσεις ασφαλούς ανάπτυξης συστημάτων (security by design και default) καθώς και οι απαιτήσεις προσωπικών δεδομένων και της ιδιωτικότητας (privacy by design και default).
- Να ληφθεί υπόψη ο Κανονισμός (ΕΕ) 2016/679 για την προστασία των φυσικών προσώπων έναντι της επεξεργασίας των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα και για την ελεύθερη κυκλοφορία των δεδομένων αυτών (Γενικός Κανονισμός για τη Προστασία Δεδομένων)

Στη παραπάνω υποβολή προς χρηματοδότηση αποκλείονται οι επιχειρήσεις που εντάσσονται σε ήδη οργανωμένο δίκτυο διανομής προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών και οι οποίες εκμεταλλεύονται κατόπιν σχετικών συμβάσεων άδειες εκμετάλλευσής δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας που αφορούν συνήθως εμπορικά σήματα ή διακριτικούς τίτλους και τεχνογνωσία για τη χρήση και τη διανομή αγαθών και υπηρεσιών (π.χ franchising, Shop in shop, δίκτυο πρακτόρευσης κλπ) . Με αυτή την εξαίρεση των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε οργανωμένα δίκτυα όπως αυτά που αναφέρονται παραπάνω ευνοούνται οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις οι οποίες ούτως ή άλλως δεν έχουν διαθέσιμα καταστήματα λιανικού εμπορίου.

2.3. Επιλέξιμες δαπάνες προγράμματος

Στη παρούσα πρόσκληση εντάσσονταν οι ακόλουθες επιλέξιμες δαπάνες:

1. **Εξοπλισμός πληροφορικής** : Εξυπηρετητές/ διακομιστές (server) για τη φιλοξενία εφαρμογών- λογισμικού απαιτούμενο για τη δημιουργία/ αναβάθμιση και λειτουργία ηλεκτρονικού καταστήματος με τα συνοδευτικά στοιχεία του (πληκτρολόγιά, οθόνη κλπ) και το απαιτούμενο λειτουργικό σύστημα, ηλεκτρονικού υπολογιστές (desktop/ laptop), άλλος τεχνολογικός εξοπλισμός σχετικός με την δημιουργία/ αναβάθμιση και

την λειτουργία ηλεκτρονικού καταστήματος (π.χ εξοπλισμός Δικτύου Bar code readers, εκτυπωτές κλπ). Για τον εξοπλισμό της πληροφορικής το μέγιστο επιλέξιμο ποσοστό του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού του έργου ήταν 30%.

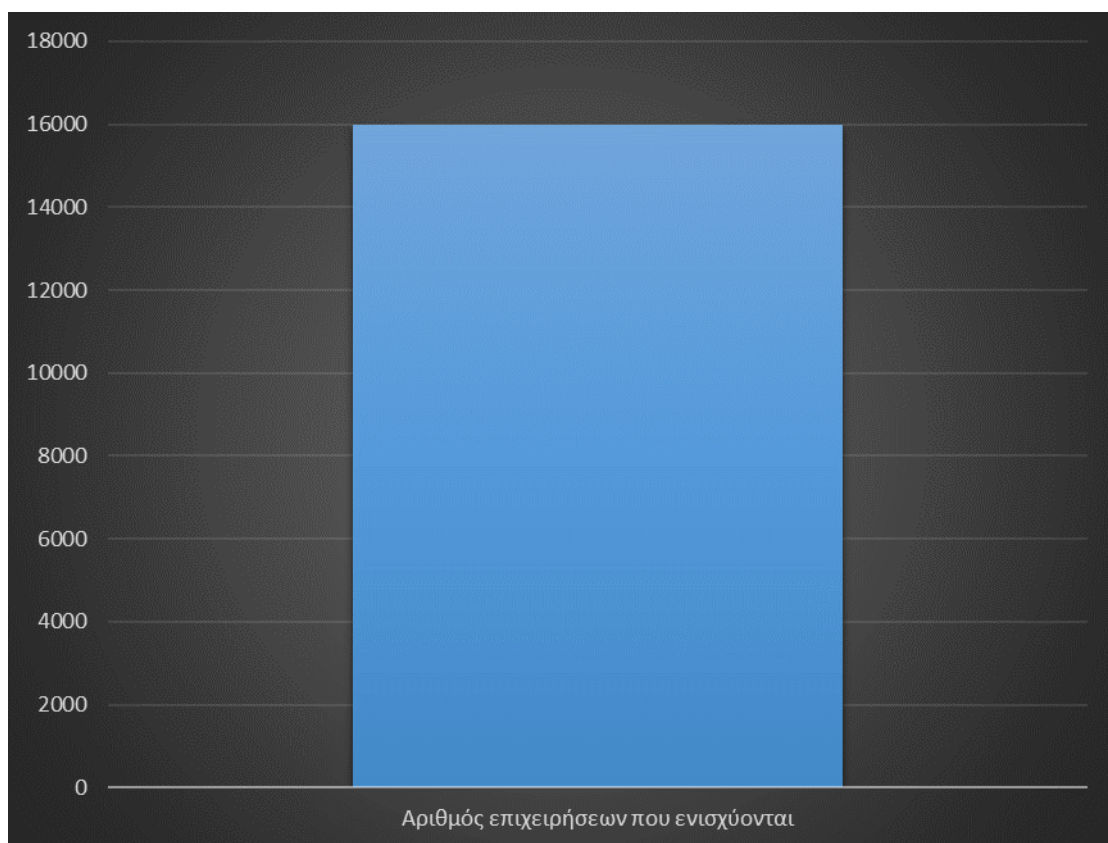
2. **Λογισμικό:** Υπηρεσίες σχεδιασμού, ανάπτυξης και διαχείρισης ηλεκτρονικού καταστήματος e-shop θα λειτουργεί σε 2 γλώσσες , καθώς και σε περιβάλλον κινητών συσκευών- mobile responsive ή dedicated mobile version και θα ενσωματώνει λειτουργίες παραγγελιοληψίας (καλάθι), αποθήκης (ποσότητα ειδών) και ασφαλών ηλεκτρονικών πληρωμών (redirect σε τραπεζικό περιβάλλον). Επιπρόσθετα επιχορηγείται και η ανάπτυξη ή/και η πιστοποίηση της ψηφιακής πολιτικής ασφάλειας. Για το λογισμικό το μέγιστο επιλέξιμο ποσοστό του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού είναι 100%.

2.4. Δείκτες εκρών προγράμματος Περιφέρεια Πελοποννήσου

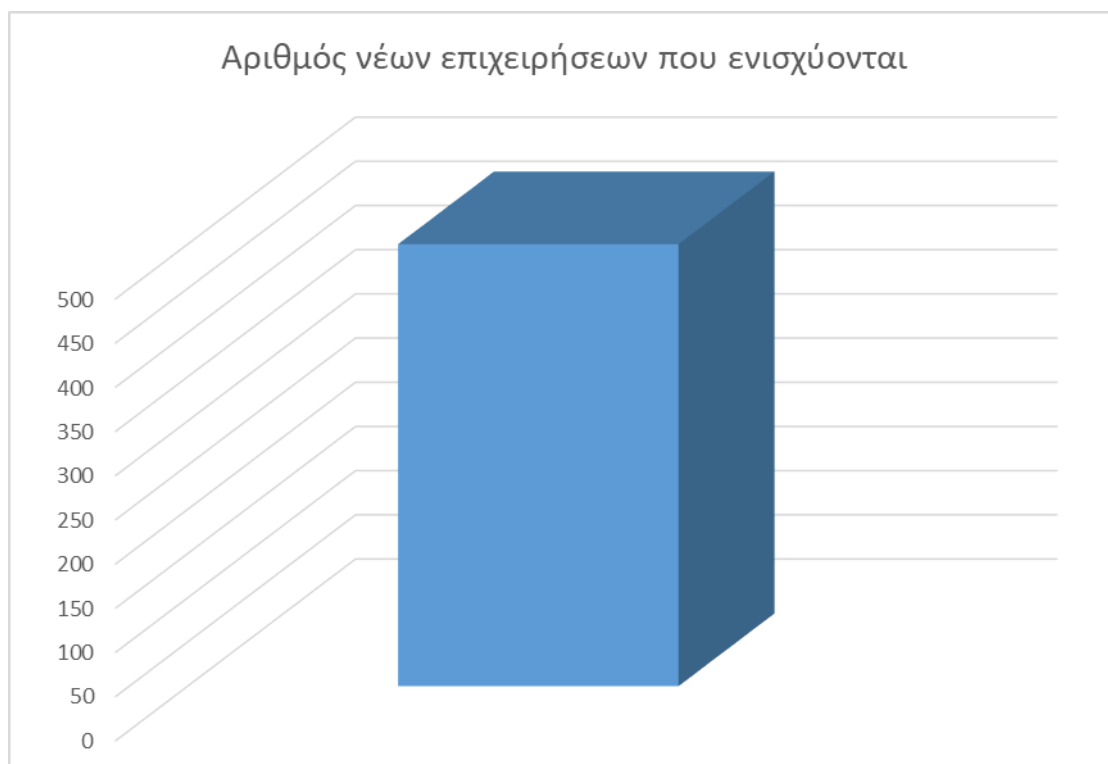
Στο πλαίσιο της παραπάνω πρόσκλησης αποτυπώνονται οι δείκτες εκρών της παρούσας δράσης από την οποία μπορούμε να εξάγουμε σημαντικά συμπεράσματά για τη σπουδαιότητα που δίδεται στη δημιουργία ηλεκτρονικών καταστημάτων στη δεδομένη χρονική στιγμή στη χώρα μας. Τα στοιχεία αποτυπώνονται στο πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 1: Δείκτης εκρών προκήρυξης ΠΕΠ Πελοποννήσου

α/α	Δείκτης Εκροής	Αριθμός επιχειρήσεων
1	Αριθμός επιχειρήσεων που ενισχύονται	16.000
2	Αριθμός επιχειρήσεων που λαμβάνουν επιχορηγήσεις	16.000
3	Αριθμός νέων επιχειρήσεων που ενισχύονται (σύσταση < 3ετίας)	500
4	Αριθμός επιχειρήσεων που λαμβάνουν επιχορηγήσεις για την αντιμετώπιση του COVID-19	16.000
5	Κόστος μη επιστρεπτέας οικονομικής ενίσχυσης (επιχορήγησης) επιχειρήσεων για την αντιμετώπιση του COVID-19 (πλην κεφαλαίου κίνησης)	80.000.000€



Γράφημα 1: Αριθμός επιχειρήσεων που ενισχύονται



Γράφημα 2: Αριθμός Νέων Επιχειρήσεων που ενισχύονται

2.5. Υποχρεώσεις Δικαιούχων μετά την ολοκλήρωση της πράξης (μακροχρόνιες υποχρεώσεις)

Οι ωφελούμενοι πέρα των υποχρεώσεων που παρουσιάστηκαν παραπάνω και αφορούν στη διαδικασία της υποβολής υποχρεούνται τρία (3)έτη μετά την πληρωμή της δημόσιας χρηματοδότησης να λειτουργούν κανονικά δηλαδή να διαθέτουν όλες τις απαιτούμενες άδειες σε ισχύ όπως το μισθωτήριο συμβόλαιο της επιχείρησης , να υποβάλουν φορολογικές δηλώσεις, να διαθέτουν τον εγκατεστημένο εξοπλισμό και τις άδειες του λογισμικού για τις οποίες χρηματοδοτήθηκαν απαγορεύεται να τις μεταβιβάσουν ή να τις πουλήσουν. Σε περίπτωση διακοπής της λειτουργίας της επιχειρηματικής δραστηριότητας επιβάλλεται ολική ή αναλογική δημοσιονομική διόρθωσή και ανάκτηση σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Στη 1η απόφαση Ένταξης της παραπάνω δράσης με ΑΠ 3020/499/A2/21-05-2021 η οποία αφορούσε στην ένταξη 594 πράξεων χρηματοδότησης συνολικής δαπάνης 2.776.325,62€ για τη περιφέρεια Θεσσαλίας.

Στη 2η απόφαση Ένταξης της παραπάνω δράσης με ΑΠ 3181/528/A2/28-05-2021 η οποία αφορούσε στην ένταξη 1024 πράξεων χρηματοδότησης συνολικής δαπάνης 4.820.298,02€ για τις περιφέρειες Κρήτης και Στερεάς Ελλάδας.

Στη 3η απόφαση Ένταξης της παραπάνω δράσης με ΑΠ 3030/07-06-21 η οποία αφορούσε στην ένταξη 1584 πράξεων χρηματοδότησης συνολικής δαπάνης 7.526.459,87€ για τις περιφέρειες Δυτικής Ελλάδας, Ηπείρου, Ιονίων Νησιών και Πελοποννήσου.

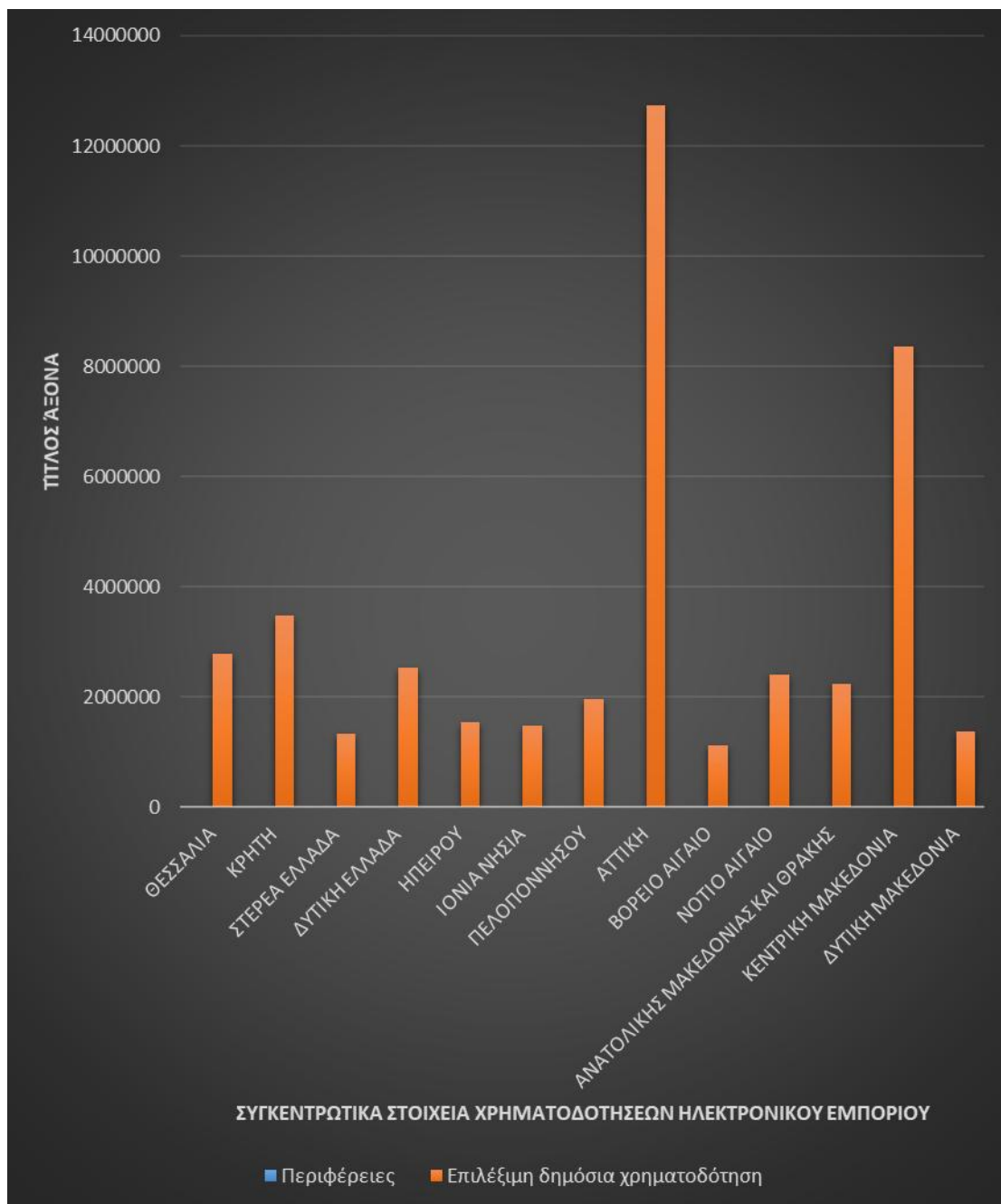
Στη 4η απόφαση Ένταξης της παραπάνω δράσης με ΑΠ 3541/17-06-21 η οποία αφορούσε στην ένταξη 3960 πράξεων χρηματοδότησης συνολικής δαπάνης 18.519.588,75€ για τις περιφέρειες Αττικής, Βορείου Αιγαίου, Νοτίου Αιγαίου και Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης.

Στη 5η απόφαση Ένταξης της παραπάνω δράσης με ΑΠ 3770/29-06-21 η οποία αφορούσε στην ένταξη 2084 πράξεων χρηματοδότησης συνολικής δαπάνης 9.727.164.93€ για τις περιφέρειες Κεντρικής Μακεδονίας και Δυτικής Μακεδονίας.

Τα συγκεντρωτικά στοιχεία όπως προκύπτουν από τις αποφάσεις ένταξης αποτυπώνοντας στον ακόλουθο πίνακα:

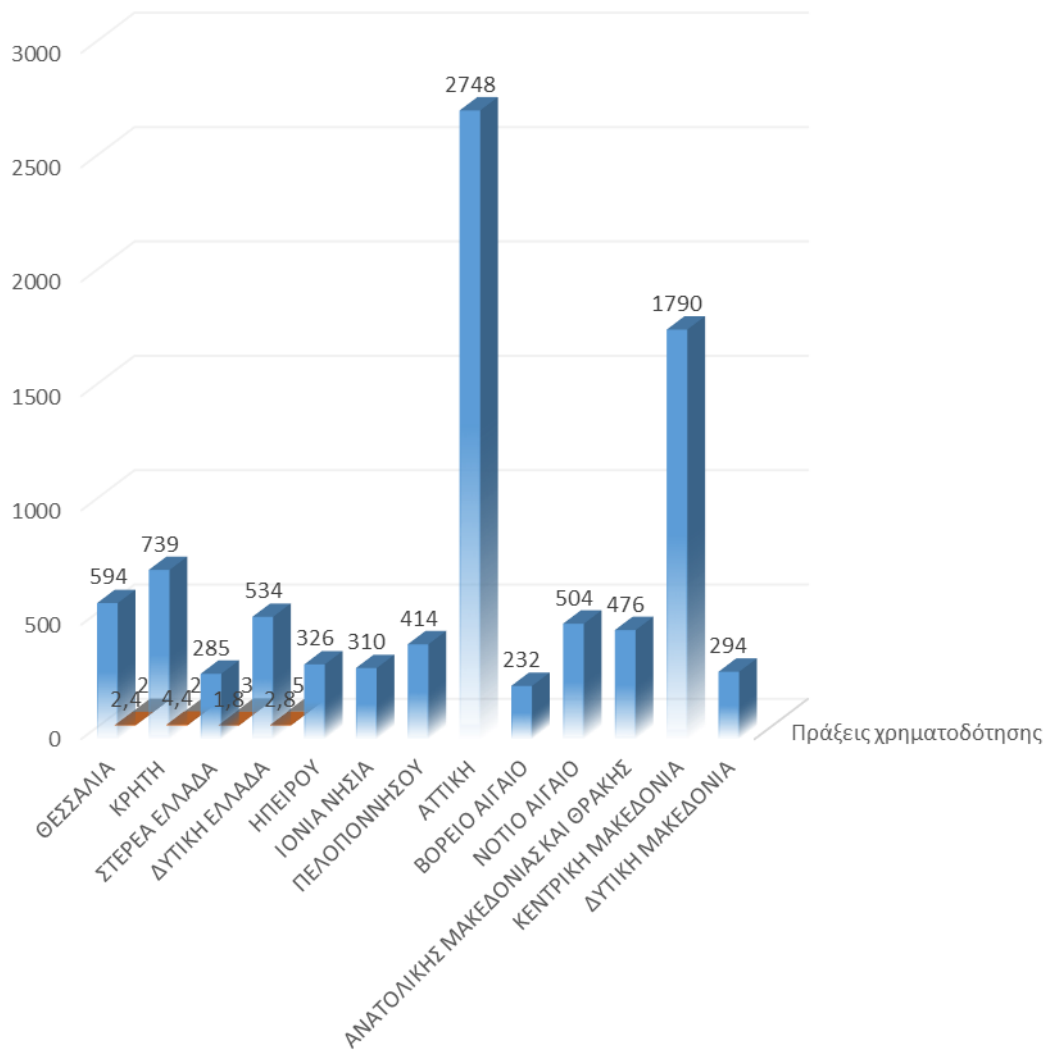
Πίνακας 2: Συγκεντρωτικός πίνακας αποφάσεων ένταξης προκήρυξης ΠΕΠ Πελοποννήσου

α / α	Αρ. πρωτ. απόφασης ένταξης	Πράξεις χρηματοδότησης	Περιφέρειες	Επιλέξιμη δημόσια χρηματοδότηση	Ποσοστιαία κατανομή
1	3020/499 /Α2/21-05-21	594	ΘΕΣΣΑΛΙΑ	2776325,62	6,40%
2	3181/527 /Α2/28-05-21	739	ΚΡΗΤΗ	3480547,20	8,03%
		285	ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	1339750,82	3,09%
3	3330/07-06-21	534	ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	2534801,59	5,84%
		326	ΗΠΕΙΡΟΥ	1547842,73	3,57%
		310	ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	1475260,75	3,40%
		414	ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	1968554,80	4,54%
4	3541/17-06-21	2748	ΑΤΤΙΚΗ	12740050,87	29,38%
		232	ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	1126841,73	2,60%
		504	ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	2404574,89	5,54%
		476	ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	2248121,26	5,18%
5	3770/29-06-21	1790	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	8354713,21	19,26%
		294	ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	1372451,72	3,16%
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ		9246		43369837,19	

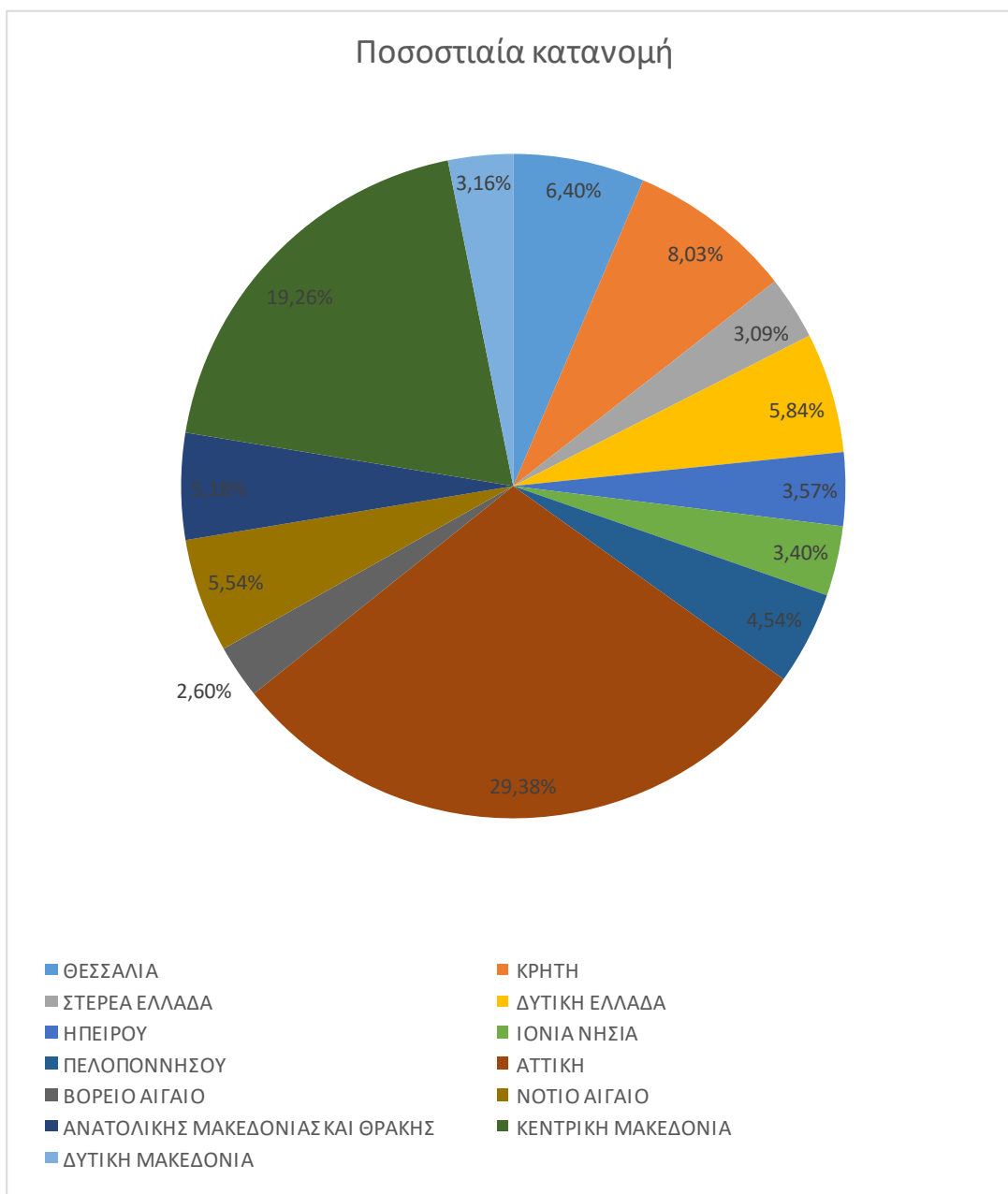


Γράφημα 3: Συγκεντρωτικά στοιχεία χρηματοδοτήσεων Ηλεκτρονικού εμπορίου

ΠΡΑΞΕΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ



Γράφημα 4: Πράξεις χρηματοδότησης ανα Περιφέρεια



Γράφημα 5: Ποσοστιαία Κατανομή Πράξεων Χρηματοδότησης

2.6. Βασικά στοιχεία Περιφέρειας Πελοποννήσου

Η **Περιφέρεια Πελοποννήσου** είναι μία από τις δεκατρείς Περιφέρειες της Ελλάδας. Περιλαμβάνει τους νομούς Αρκαδίας, Αργολίδας, Κορινθίας, Λακωνίας και Μεσσηνίας.

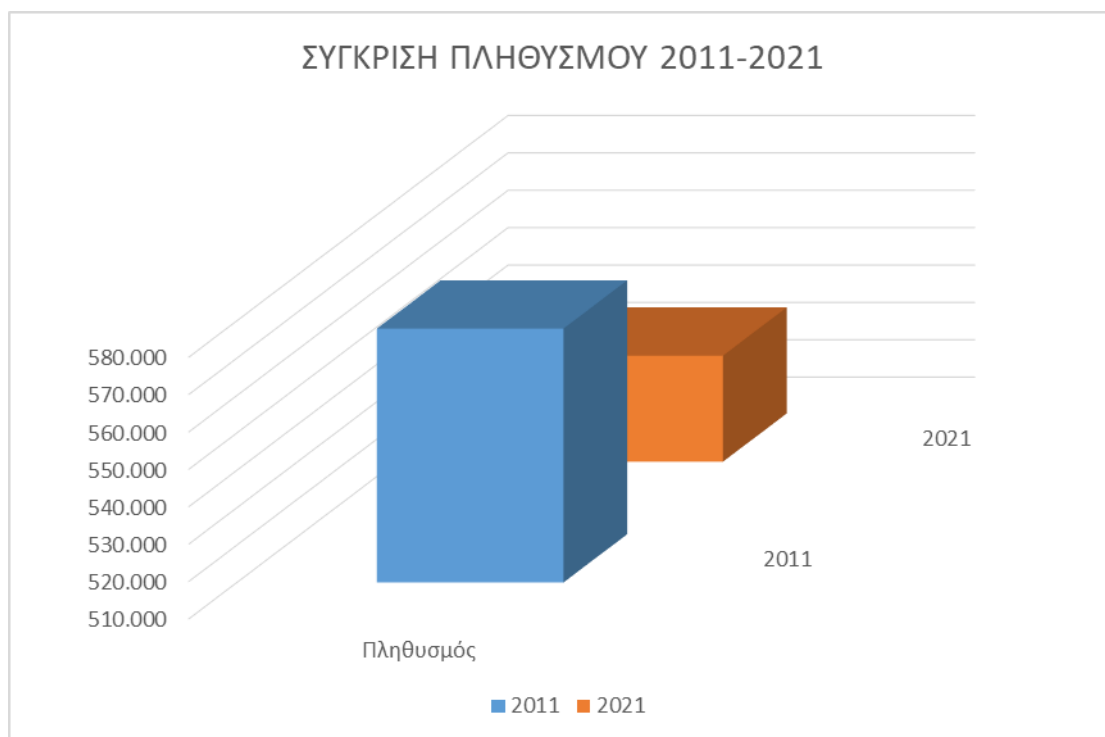
Οι νομοί Αχαΐας και Ηλείας παρ' όλο που βρίσκονται στην Πελοπόννησο, ανήκουν διοικητικά στην Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας, ενώ η περιοχή της Τροιζηνίας υπάγεται στην Περιφέρεια Αττικής. Έδρα της περιφέρειας είναι η Τρίπολη, ενώ μεγαλύτερη πόλη είναι η Καλαμάτα. Καλύπτει έκταση 15.490 τ.χλμ. και έχει πληθυσμό **538.366 κατοίκων**, βάσει των στοιχείων της απογραφής του 2021 (κατά μέσο όρο 35 κάτοικοι ανά τ.χλμ.). Η Πελοπόννησος ως περιφέρεια

έχει δείκτη ανθρώπινης ανάπτυξης 0.849 μονάδων και είναι ο ένατος υψηλότερος στην ελληνική επικράτεια.

Σύμφωνα την τελευταία απογραφή του 2021 όπως αυτά αναφέρονται στο έγγραφο της ΕΛΣΤΑΤ με τίτλο: Αποτελέσματα απογραφής πληθυσμού κατοικιών 2021 με ημερομηνία δημοσίευσης 19.07.2021 για τη περιφέρεια Πελοποννήσου προκύπτουν τα ακόλουθα αποτελέσματα:

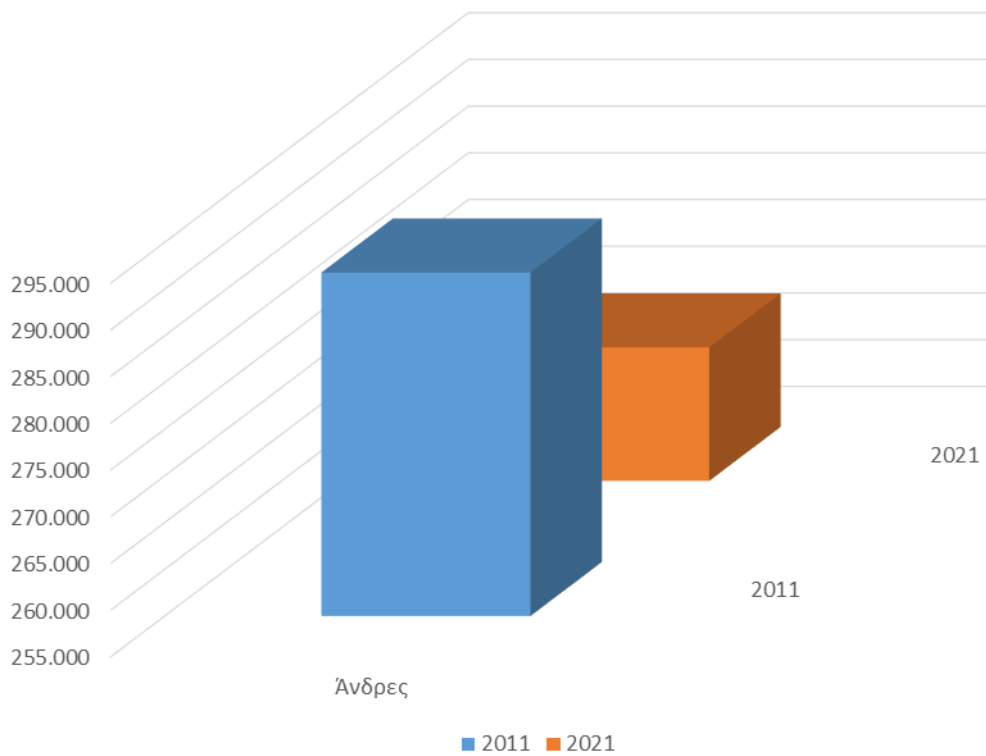
Πίνακας 3: Αποτελέσματα απογραφής πληθυσμού Ελλάδας

Πληθυσμός		Άνδρες		Γυναίκες	
2011	2021	2011	2021	2011	2021
577.903	538.366	291.777	269.285	286.126	269.081

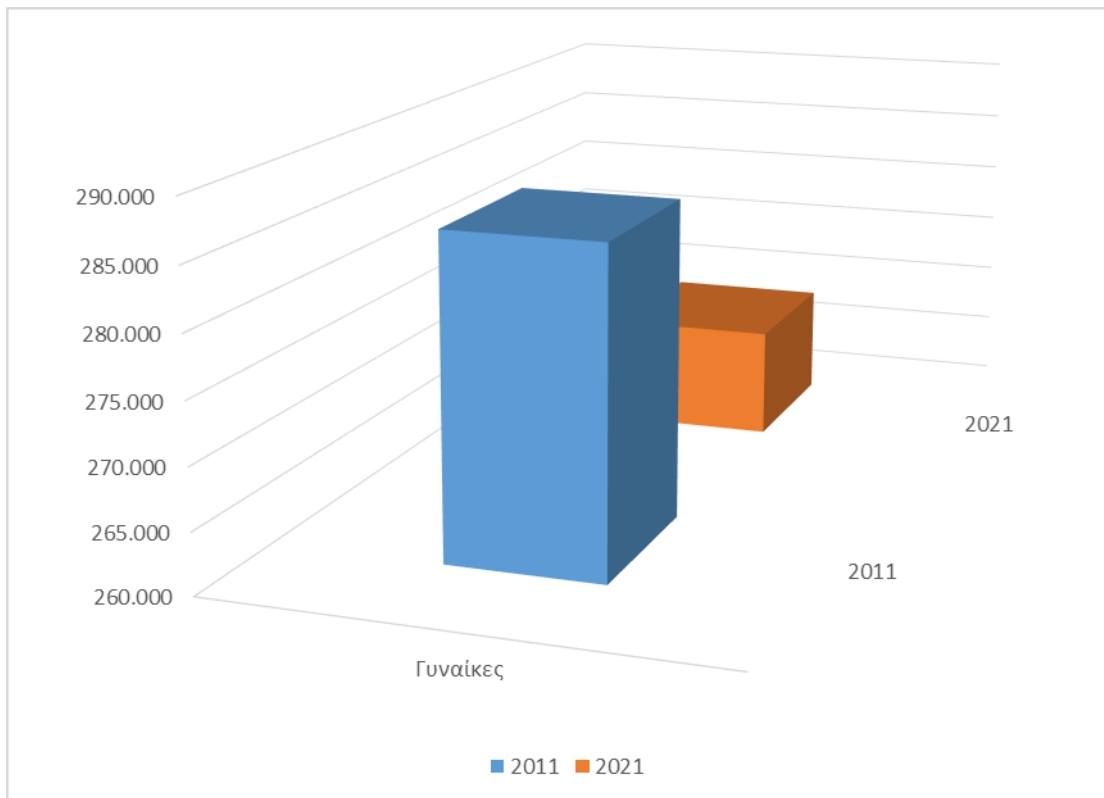


Γράφημα 6: Συγκριτικά Στοιχεία Πληθυσμού χώρας 2011-2021

ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΑΝΔΡΩΝ 2011-2021 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ



Γράφημα 7: Πληθυσμός Ανδρών Περιφέρειας Πελοποννήσου 2011-2021



Γράφημα 8: Πληθυσμός Γυναϊκών Περιφέρειας Πελοποννήσου 2011-2021

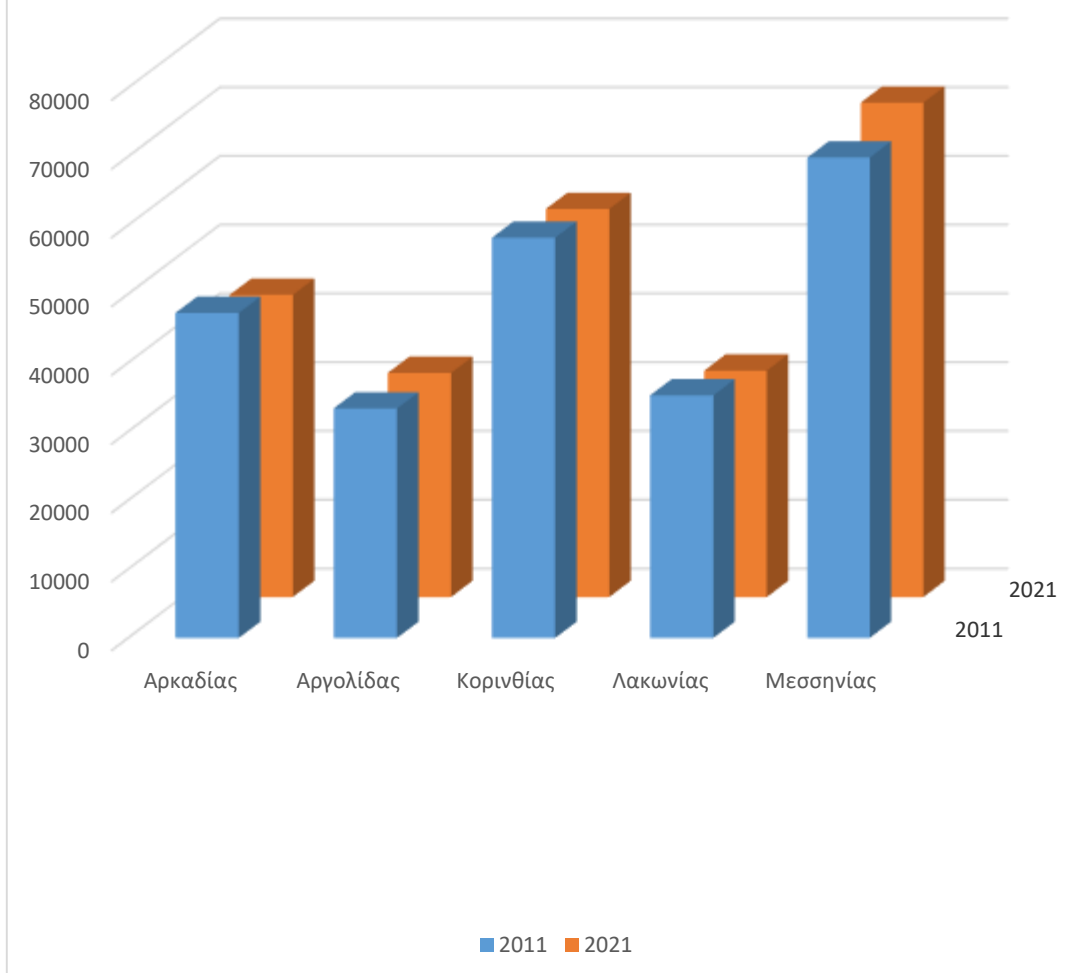
2.7. Στατιστικά στοιχεία πληθυσμού Περιφέρειας Πελοποννήσου ανά Δήμο

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου απαρτίζεται από 5 δήμους και η μεταβολή του πληθυσμού ανά φύλο (άνδρες- γυναίκες) αποτυπώνεται παρακάτω:

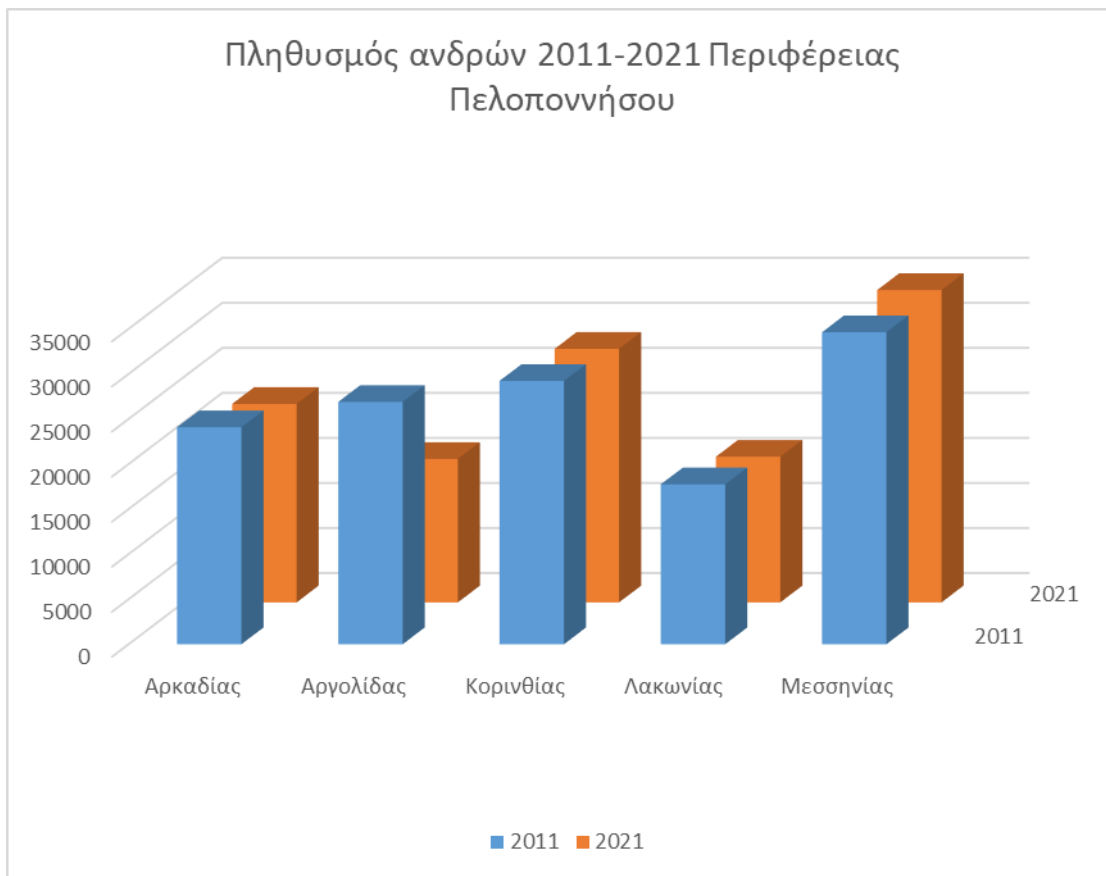
Πίνακας 4: Στατιστικά στοιχεία Περιφέρειας Πελοποννήσου ανα Δήμο

Περιφερειακή Ενότητα	Πληθυσμός		Άνδρες		Γυναίκες	
	2011	2021	2011	2021	2011	2021
Αρκαδίας	47254	43944	24079	22022	23175	21922
Αργολίδας	33356	32586	26888	15918	16468	16668
Κορινθίας	58192	56437	29216	28141	28976	28296
Λακωνίας	35259	32918	17740	16167	17519	16751
Μεσσηνίας	69849	71894	34620	34660	35229	37234

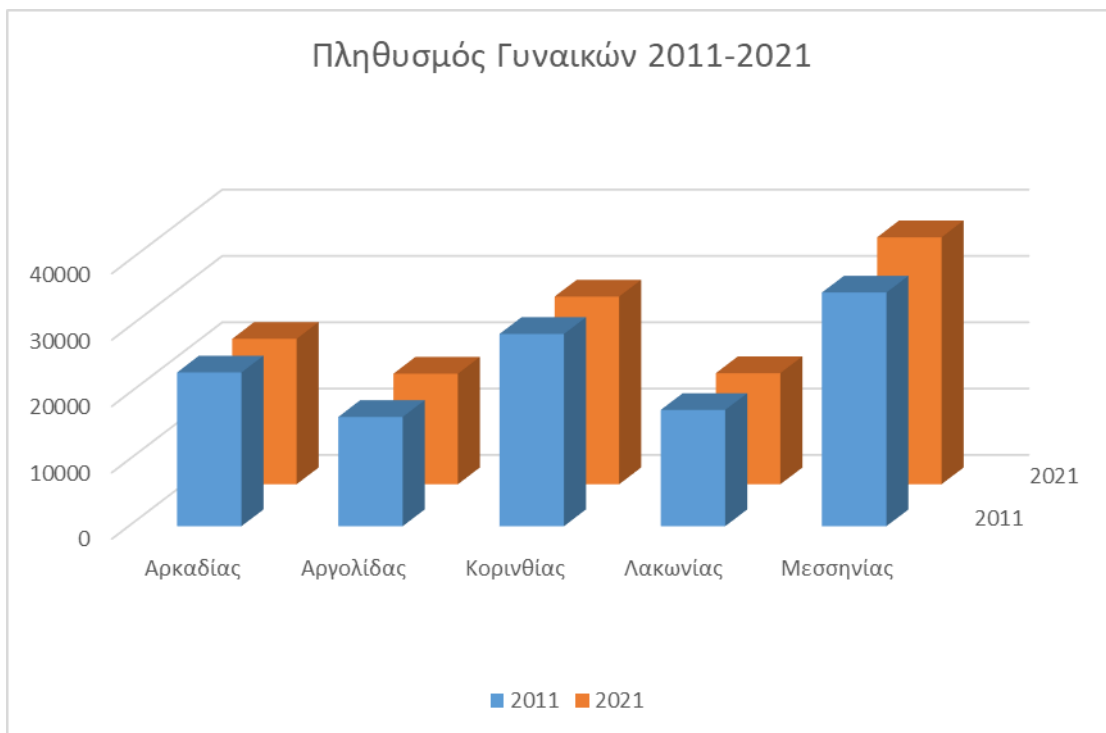
Πληθυσμός περιφερειακών ενοτήτων 2011-2021



Γράφημα 9: Πληθυσμός Περιφερειακών Ενοτήτων 2011-2021



Γράφημα 10: Πληθυσμός Ανδρών 2011-2021 Περιφέρεια Πελοποννήσου



Γράφημα 11: Πληθυσμός Γυναικών Περιφέρεια Πελοποννήσου

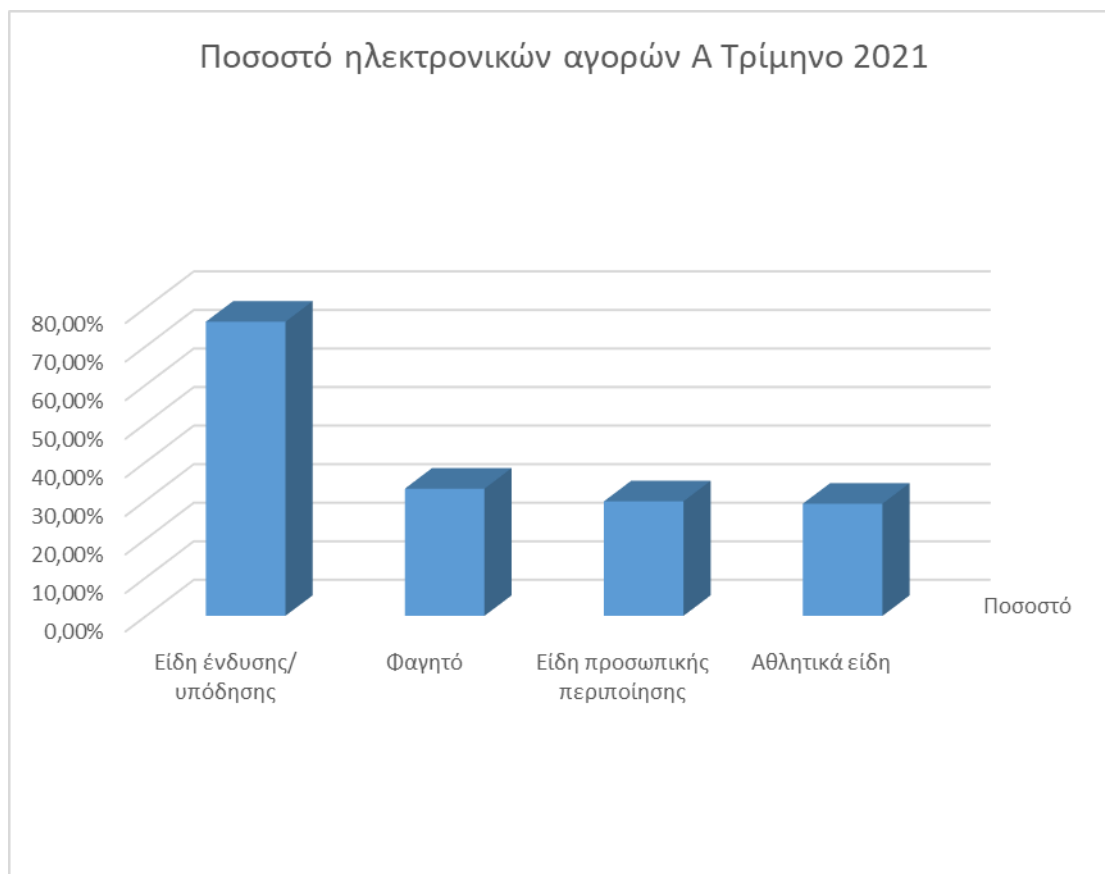
2.8. Στατιστικά στοιχεία χρήσης ΤΠΕ σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ

2.8.1. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά με τα είδη αγορών

Σύμφωνα με το Δελτίο Τύπου της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας με ημερομηνία 8 Δεκεμβρίου 2021 με τίτλο : Έρευνα χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και Επικοινωνίας από νοικοκυριά και άτομα – χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου – Απόρρητο και προστασία της ιδιωτικής ζωής και των προσωπικών δεδομένων για το έτος 2021, προκύπτει η ακόλουθη ποσοστιαία αύξηση για άτομα ηλικίας από 16-74 ετών (Α τρίμηνο του 2021) αναφορικά με τα είδη των αγορών που πραγματοποίησαν το παραπάνω χρονικό διάστημα :

Πίνακας 5: Ποσοστά από την έρευνα χρήσης ΤΠΕ Α τρίμηνο 2021

α/α	Είδη αγορών	Ποσοστό
1	Είδη ένδυσης/ υπόδησης	76,3%
2	Φαγητό	33,0%
3	Είδη προσωπικής περιποίησης	29,7%
4	Αθλητικά είδη	29,1%



Γράφημα 12: Ποσοστό Ηλεκτρονικών Αγορών Α Τρίμηνο 2021

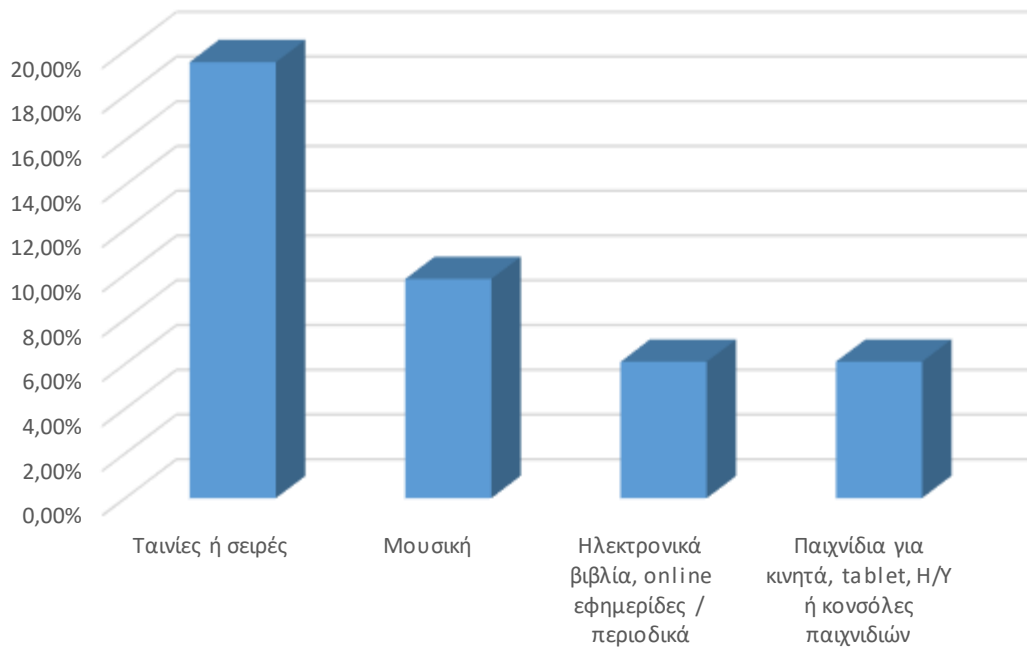
2.8.2. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά με τα είδη ψηφιακής μορφής

Αντιστοίχως στο ίδιο δελτίο τύπου καταγράφεται το ποσοστό των αγορών που πραγματοποιήσαν για προϊόντα ψηφιακής μορφής και αφορούν στο Α τρίμηνο του 2021:

Πίνακας 6: Αποτελέσματα από την έρευνα χρήσης ΤΠΕ σε είδη ψηφιακής μορφής

α/α	Είδη αγορών	Ποσοστό
1	Ταινίες ή σειρές	19,5%
2	Μουσική	9,8%
3	Ηλεκτρονικά βιβλία, online εφημερίδες / περιοδικά	6,1%
4	Παιχνίδια για κινητά, tablet, Η/Υ ή κονσόλες παιχνιδιών	6,1%

Ποσοστό ειδών ψηφιακής μορφής κατά το Α τρίμηνο 2021



Γράφημα 13: Ποσοστό ειδών ψηφιακής μορφής κατά το Α Τρίμηνο 2021

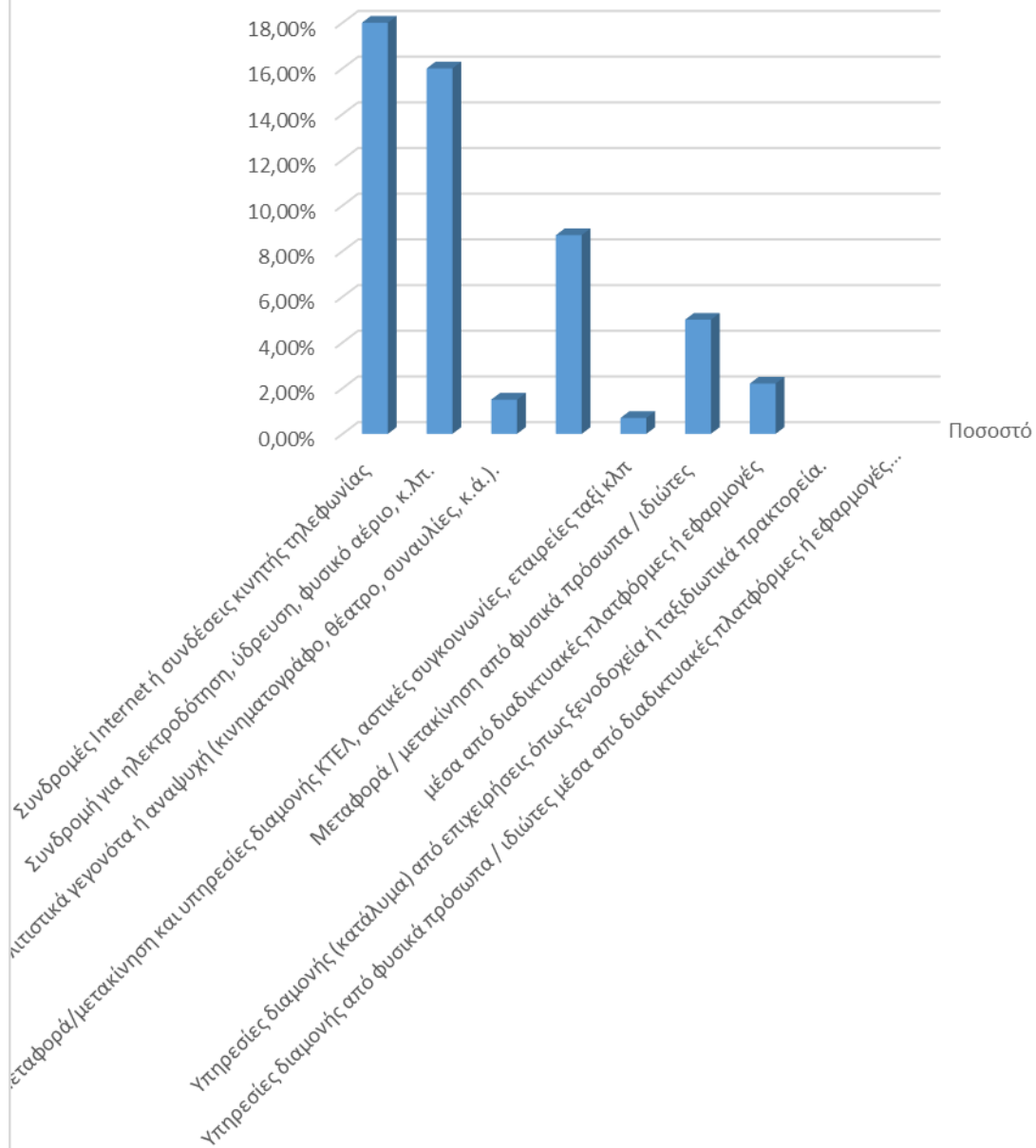
2.8.3. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 αναφορικά τις υπηρεσίες που προμηθεύτηκαν μέσω διαδικτύου

Στο δελτίο τύπου αναφέρονται και οι υπηρεσίες οι οποίες πραγματοποιούνται για Α τρίμηνο του 2020.

Πίνακας 7: Αποτελέσματα από την έρευνα χρήσης Υπηρεσιών κατά το Α Τρίμηνο του 2020

α/α	Υπηρεσίες που προμηθεύτηκαν μέσω διαδικτύου	Ποσοστό
1	Συνδρομές Internet ή συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας	18,0%
2	Συνδρομή για ηλεκτροδότηση, ύδρευση, φυσικό αέριο, κ.λπ.	16,0%
3	Εισιτήρια για πολιτιστικά γεγονότα ή αναψυχή (κινηματογράφο, θέατρο, συναυλίες, κ.ά.).	1,5%
4	Μεταφορά/μετακίνηση και υπηρεσίες διαμονής ΚΤΕΛ, αστικές συγκοινωνίες, εταιρείες ταξί κλπ	8,7%
5	Μεταφορά / μετακίνηση από φυσικά πρόσωπα / ιδιώτες μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες ή εφαρμογές	0,7%
6	Υπηρεσίες διαμονής (κατάλυμα) από επιχειρήσεις όπως ξενοδοχεία ή ταξιδιωτικά πρακτορεία.	5,0%
7	Υπηρεσίες διαμονής από φυσικά πρόσωπα / ιδιώτες μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες ή εφαρμογές όπως π.χ. Airbnb, Homeaway, ihaHolidays	2,2%

Ποσοστό Υπηρεσιών Α Τρίμηνο 2020



Γράφημα 14: Ποσοστό Υπηρεσιών Α Τρίμηνο 2020

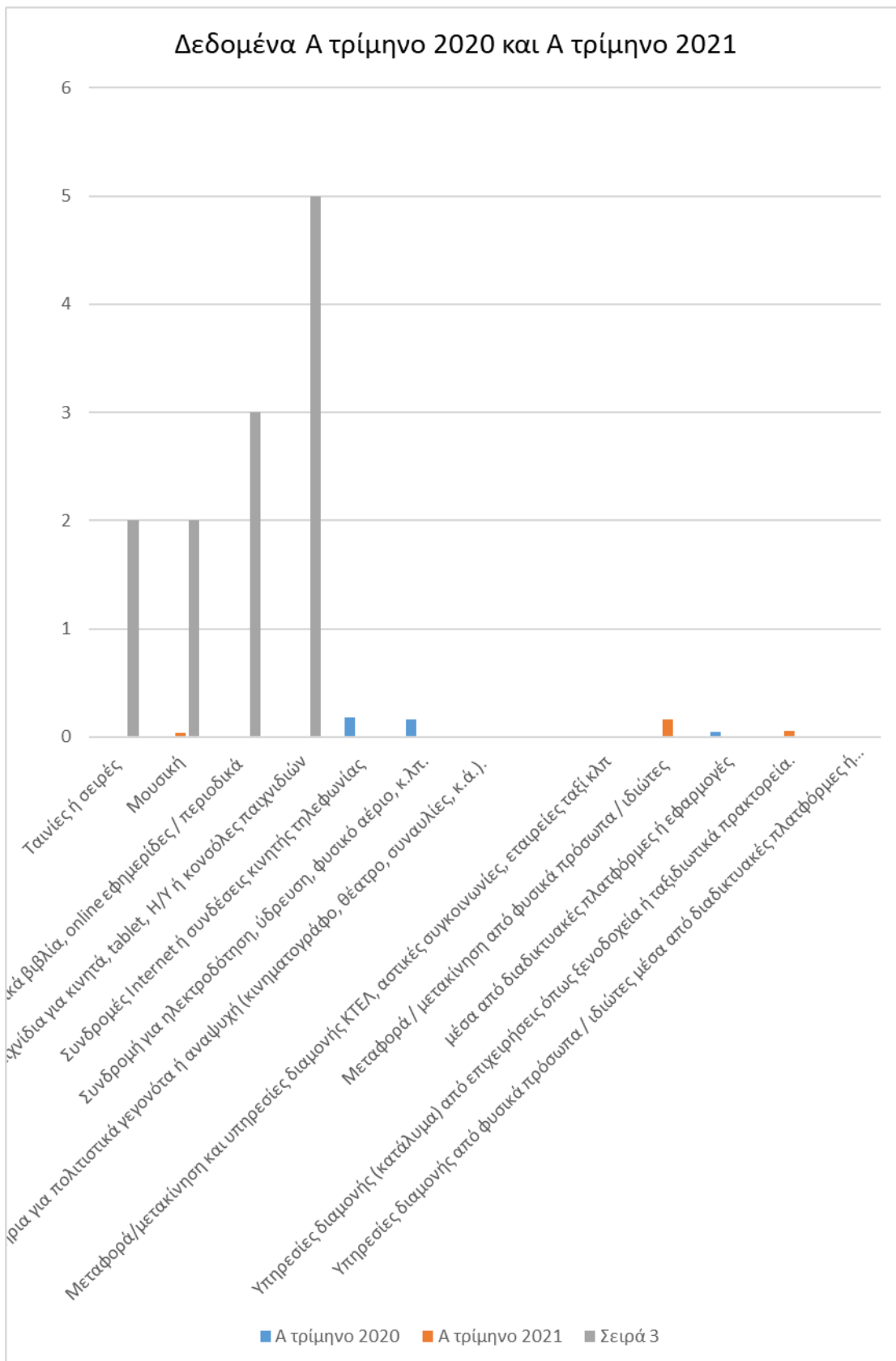
2.8.4. Στατιστικά στοιχεία που αφορούν στις ποσοστιαίες μεταβολές αναφορικά με τα είδη ψηφιακής μορφής για τα έτη 2020 και 2021.

Στο Δελτίο Τύπου είναι σημαντική η αναγραφή των ποσοστιαίων μεταβολών μεταξύ των δύο ετών που αφορούν στο Α Τρίμηνο του 2020 και Α τρίμηνο του 2021, στο σύνολο των ειδών, για τα είδη ψηφιακής μορφής καθώς και των υπηρεσιών όπως αποτυπώνονται παρακάτω:

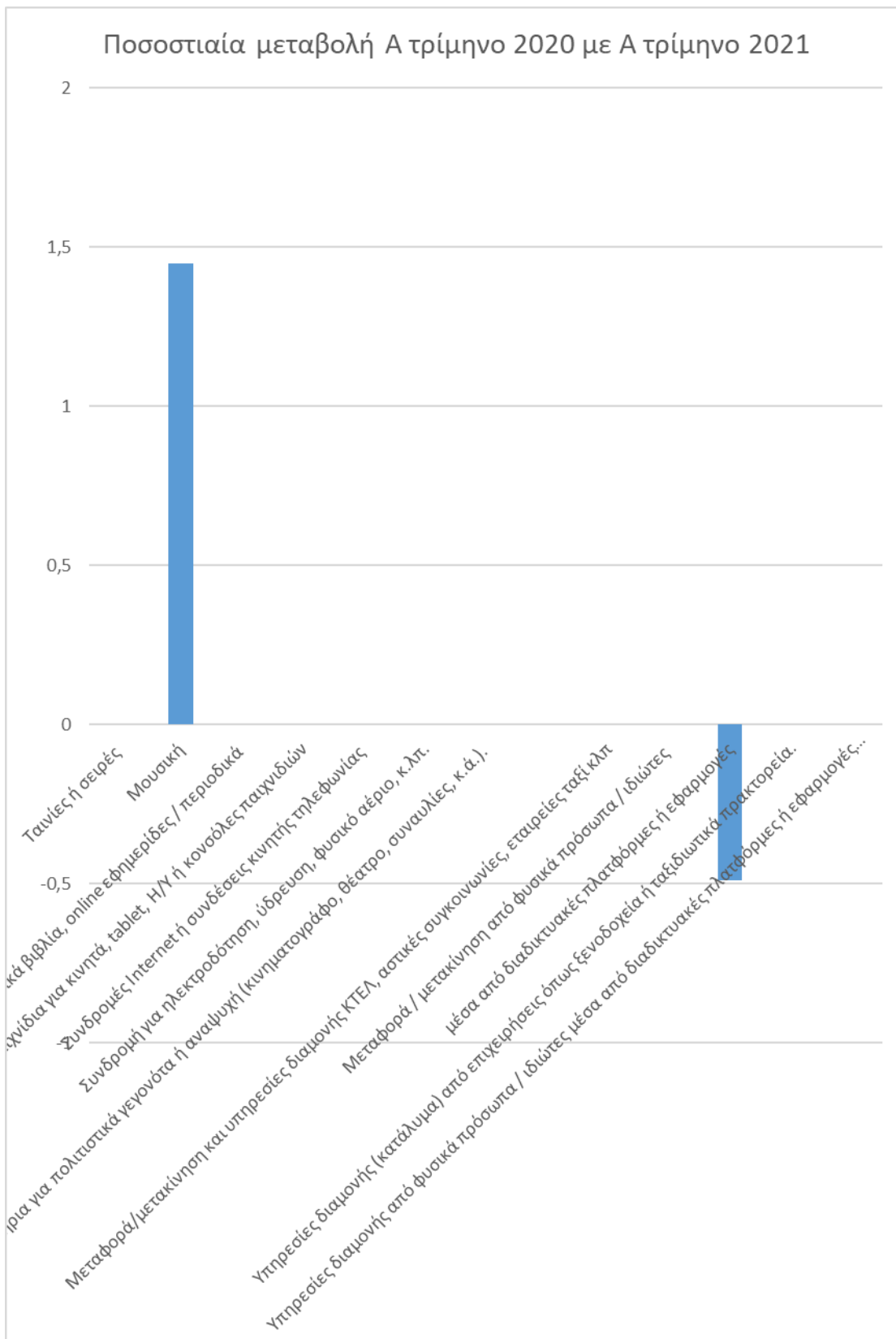
Πίνακας 8: Ποσοστιαίες μεταβολές α Τρίμηνο 2020 με Α τρίμηνο 2021

Περιγραφή ειδών	Α τρίμηνο 2020	Α τρίμηνο 2021	Ποσοστιαία μεταβολή Α τρίμηνο 2020 με Α τρίμηνο 2021
Ταινίες ή σειρές	8.3%	19.5%	134.9%
Μουσική	9.8%	4%	145%
Ηλεκτρονικά βιβλία, online εφημερίδες / περιοδικά	6.1%	2.6%	134.6%
Παιχνίδια για κινητά, tablet, Η/Υ ή κονσόλες παιχνιδιών	6.1%	4.8%	27.1%
Συνδρομές Internet ή συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας	18%	17.2%	4.6%
Συνδρομή για ηλεκτροδότηση, ύδρευση, φυσικό αέριο, κ.λπ.	16%	13.2%	21.2%
Εισιτήρια για πολιτιστικά γεγονότα ή αναψυχή (κινηματογράφο, θέατρο, συναυλίες, κ.ά.).	1.5%	14.3%	14.3%
Μεταφορά/μετακίνηση και υπηρεσίες διαμονής ΚΤΕΛ, αστικές συγκοινωνίες, εταιρείες ταξί κλπ	8.7%	21.9%	-60.3%

Μεταφορά / μετακίνηση από φυσικά πρόσωπα / ιδιώτες μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες ή εφαρμογές	0.7%	16%	-56.3%
Υπηρεσίες διαμονής (κατάλυμα) από επιχειρήσεις όπως ξενοδοχεία ή ταξιδιωτικά πρακτορεία.	5%	9.8%	-49%
Υπηρεσίες διαμονής από φυσικά πρόσωπα / ιδιώτες μέσα από διαδικτυακές πλατφόρμες ή εφαρμογές όπως π.χ. Airbnb, Homeaway, ihaHolidays	2.2%	6%	-63.3%



Γράφημα 15: Δεδομένα Α τρίμηνο 2020 και Α τρίμηνο 2021



Γράφημα 16: Ποσοστιαία Μεταβολή Α τρίμηνο 2020 σε σχέση με Α τρίμηνο 2021

2.8.5. Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 για επιχειρήσεις με 10 άτομα και άνω

Σύμφωνα με το δελτίο τύπου της ΕΛΣΤΑΤ Έρευνα Χρήσης τεχνολογιών Πληροφορικής, Επικοινωνίας και Ηλεκτρονικού Εμπορίου σε επιχειρήσεις με απασχόληση 10 άτομα και άνω για το έτος 2021 αναφέρονται επιμέρους στοιχεία που αφορούν:

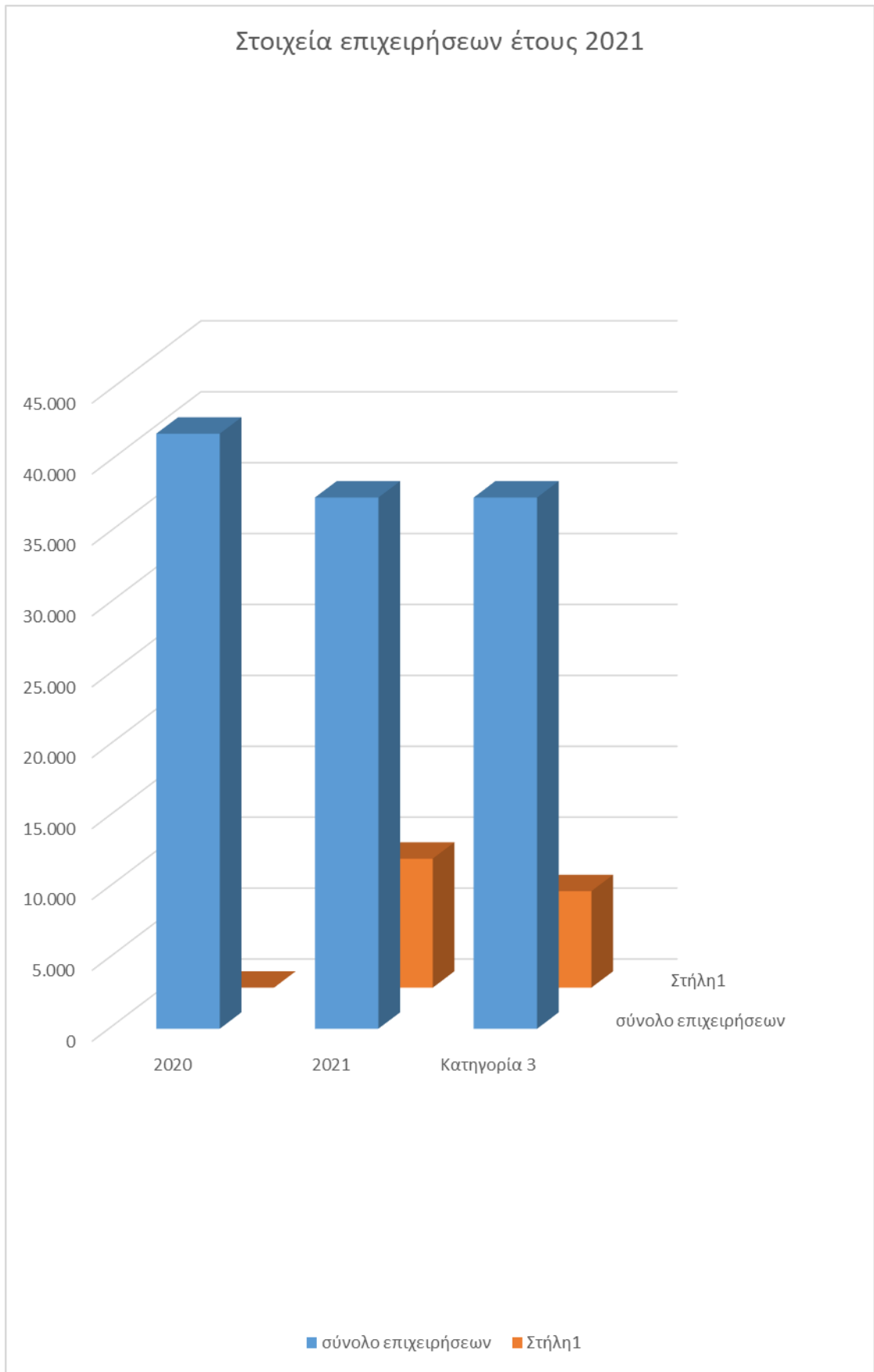
- Το σύνολο των επιχειρήσεων
- Το συνολικό κύκλο εργασιών
- Τις παραγγελίες που έγιναν μέσω ιστοσελίδας ή ειδικών εφαρμογών καθώς και
- Τα ποσοστά που προέκυψαν

Όπως αποτυπώνονται παρακάτω:

Πίνακας 9: Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 για επιχειρήσεις με 10 άτομα και πάνω

Έτη	Σύνολο Επιχειρήσεων	Συνολικός Κύκλος Εργασιών	Παραγγελίες μέσω ιστοσελίδας ή ειδικών εφαρμογών	Ποσοστό
2021	41.962	266,7 δισ. ευρώ	9.094	21,7%
2020	37.460	243,2 δισ. ευρώ	6.804	18,2%

Στοιχεία επιχειρήσεων έτους 2021



Γράφημα 17: Στοιχεία Επιχειρήσεων 2021

3. Κεφάλαιο 3: Νομοθεσία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο τα τελευταία χρόνια έχει μεγάλη άνοδο. Άμεση απόρροια αυτού είναι η νομοθεσία διαρκώς να εξελίσσεται τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και σε Ευρωπαϊκό, σε μια προσπάθεια να προλάβει όλα τα επιμέρους θέματα προστασίας προσωπικών δεδομένων, ασφάλειας και λοιπών παραγόντων που προκύπτουν από τη χρήση του. Ενδεικτικά καταγράφεται η νομοθεσία που αφορά στις κύριες διατάξεις του:

- **N.2251/1994 με θέμα:** Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος (άρθρο 6 της Οδηγίας 2011/83/ΕΕ) καθώς και Ενώσεις καταναλωτών Συλλογικά μέσα προστασίας
- **ΠΟΛ 1144/2003:** Διατάξεις σχετικά με το νέο ειδικό απλοποιημένο καθεστώς για το ηλεκτρονικό εμπόριο
- **Προεδρικό Διάταγμα υπ αριθμ: 131 ΦΕΚ Α' 116/16.05.2003** με τίτλο: Προσαρμογή στην οδηγία 2000/31 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου στην εσωτερική αγορά οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- **N. 3587/2007** που αφορά σε αντικατάσταση του άρθρου 10 του ν. 2251/1994
- **Π.Δ. 191/2008:** Διατάξεις για τη συλλογή, επεξεργασία, αξιολόγηση, διανομή των ειδήσεων (κειμένων, φωτογραφιών, γραφημάτων, βίντεο), για την σωστή αρχειοθέτηση των ειδήσεων, ελληνικών, αγγλικών και γαλλικών στις αντίστοιχες βάσεις δεδομένων και την αξιοποίησή τους, καθώς και για τις ειδικές εξειδικευμένες ιστοσελίδες πολιτισμού, τοπικής αυτοδιοίκησης, αυτοκινήτου, υγείας, τουρισμού, στο πλαίσιο του εταιρικού σκοπού.
- **N. 3672/2008:** Μνημόνιο Κατανόησης μεταξύ του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών της Ελληνικής Δημοκρατίας και του Υπουργείου Πληροφορικής και Επικοινωνιών της Δημοκρατίας της Κορέας για συνεργασία στους τομείς Τηλεπικοινωνιών και Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών
- **Υπ. Απόφαση 152.850/ΨΣ6007-Α1/2010** με θέμα: Εκχώρηση αρμοδιοτήτων διαχείρισης για πράξεις του Επιχειρησιακού Προγράμματος «ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΣΥΓΚΛΙΣΗΣ» της προγραμματικής περιόδου 2007-2013 στον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης «ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ Α.Ε.» για την Ενίσχυση επιχειρήσεων για την υλοποίηση επενδύσεων στον τομέα του ψηφιακού ευρυζωνικού περιεχομένου (dgi-content).
- **N. 4010/2011 αρ. 44** για συναλλαγές σε χώρες εκτός ΕΕ

- **N.3943/2011:** Έλεγχος ειδικών αρχείων προκειμένου για επιχειρήσεις που ασχολούνται με το ηλεκτρονικό εμπόριο
- **N. 4348/2015 άρ. 128 και αρ 127** με θέμα: Συνεργασία στο ηλεκτρονικό εμπόριο το οποίο μεταξύ άλλων κάνει αναφορά για τη προστασία των καταναλωτών στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς και θέσπιση κανόνων για τις εμπορικές συναλλαγές.
- **N. 4214/2013 αρ.2** με θέμα την ασφάλεια των συναλλαγών στο διαδίκτυο.
- **N. 4213/2013** θέματα που αφορούν σε δεδομένα προσωπικού χαρακτήρα και της ιδιωτικής ζωής στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών
- **N. 4177/2013 αρ.1** που αφορά σε κανόνες που θεσπίζονται για προϊόντα και υπηρεσίες που διακινούνται μεταξύ άλλων και με το ηλεκτρονικό εμπόριο.
- **Π.Δ. 116/2014** στο οποίο προβλεπόταν μεταξύ άλλων η παρακολούθηση της ηλεκτρονικής δια λειτουργικής επιχειρηματικότητας
- **A.A.Δ.Ε. Δ.ΟΡΓ.Α 1125859 ΕΞ2020/2020** με θέμα: Ρύθμιση θεμάτων φορολογίας του Ηλεκτρονικού Εμπορίου
- **Υπ. Απόφαση 73325/2020** όπως και μια σειρά υπουργικών αποφάσεων που αφορούσε τη λειτουργία των καταστημάτων με ηλεκτρονικό εμπόριο κατά τη περίοδο της πανδημίας ιδιαίτερα όταν η επιχειρηματικότητα ήταν κλειστή με κρατική εντολή.
- **Υπ. Απόφαση 6461/2117 Α1/2020:** «Ορισμός της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης και Εφαρμογής Τομέα Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΕΥΔΕ ΤΠΕ) ως Ενδιάμεσου Φορέα του Επιχειρησιακού Προγράμματος “Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία” (ΕΠΑνΕΚ) και ανάθεση αρμοδιοτήτων διαχείρισης για ενταγμένες Πράξεις του» (Β’ 4254).
- **A.A.Δ.Ε. Ε 2202/2021** με θέμα: «Συμπλήρωση της αριθμ. πρωτ. Ε.2133/30-6-2021 Εγκυκλίου του Διοικητή ΑΑΔΕ -αποστολές αντικειμένων ίδιας αξίας έως 150 ευρώ που προορίζονται για επιχειρήσεις (συναλλαγές B2B)»
- **A.A.Δ.Ε. Ε 2133/2021** με θέμα: «Τελωνειακές διαδικασίες εισαγωγής και διαδικασίες απόδοσης του φόρου προστιθεμένης αξίας κατά την εισαγωγή αγαθών μικρής αξίας (έως του ποσού των 150ευρώ) που αποτελούν αντικείμενο εξ αποστάσεως πωλήσεων (e-commerce) από 1/7/2021»
- **A.A.Δ.Ε. Ε 2138/2021** με θέματα σχετικά με νομοθετική δέσμη μέτρων ΦΠΑ για το ηλεκτρονικό εμπόριο
- **Π.Δ. 5/2022:** η οποία αφορούσε θέματα πολιτικής και Ενημέρωσης Καταναλωτή σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο

4. Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας- Καταγραφή Στοιχείων Ερωτηματολογίου

Στο πλαίσιο της παρούσας εργασίας πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη μορφή ερωτηματολογίων. Πιο συγκεκριμένα δόθηκαν ερωτηματολόγια σε 74 ενδιαφερόμενους που κατοικούν στη περιφέρεια Πελοποννήσου και περιείχε 14 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής. Οι ερωτώμενοι είχαν τα εξής χαρακτηριστικά:

- **Φύλο:** Άνδρες και Γυναίκες
- **Οικογενειακή κατάσταση:** Άγαμοι και Έγγαμοι
- **Εκπαιδευτικό Επίπεδο:** Υποχρεωτικής εκπαίδευσης έως και Μεταπτυχιακής εκπαίδευσης
- **Ηλικιακό επίπεδο:** Κάτω των 18 ετών έως και > 65 ετών.
- **Επαγγελματική Κατάσταση:** Άνεργοι, εργαζόμενοι Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα, Φοιτητές, Συνταξιούχοι και ελεύθεροι επαγγελματίες/ αυτοαπασχολούμενοι.
- **Οικογενειακό Εισόδημα:** Κάτω από 5.000€ έως και πάνω από 35.000€

Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου διαχωρίστηκαν ως εξής:

- ✓ Οι ερωτήσεις **1** έως **3** αφορούσαν γενικά στοιχεία για τη χρήση του διαδικτύου.
- ✓ Οι ερωτήσεις από **4** έως **9** αφορούσαν προσωπικά στοιχεία των ερωτώμενων όπως φύλο, οικογενειακή κατάσταση, ηλικία επάγγελμα και εισόδημα.
- ✓ Οι ερωτήσεις **10** και **11** αφορούσαν στους τρόπους πληρωμής που χρησιμοποίησαν όσοι έκαναν ηλεκτρονικές συναλλαγές καθώς και ποιες ήταν οι προτιμήσεις τους στα προϊόντα και στα στις υπηρεσίες που προμηθεύτηκαν μέσω του διαδικτύου.
- ✓ Οι ερωτήσεις **12** και **13** αφορούσαν τη περίοδο της πανδημίας και ζητήθηκαν οι απόψεις τους σχετικά με το πόσο επηρεάστηκαν οι αγορές τους κατά τη διάρκεια των ετών 2020-2021 καθώς και σε ποιες συναλλαγές προέβησαν τη συγκεκριμένη περίοδο
- ✓ Τέλος η ερώτηση **14** αφορούσε τη προσωπική τους θέση σχετικά με το αν συνεχίσουν τις διαδικτυακές αγορές και μετά τη πανδημία.

4.1. Γραφήματα – Απαντήσεις ερωτηματολογίου

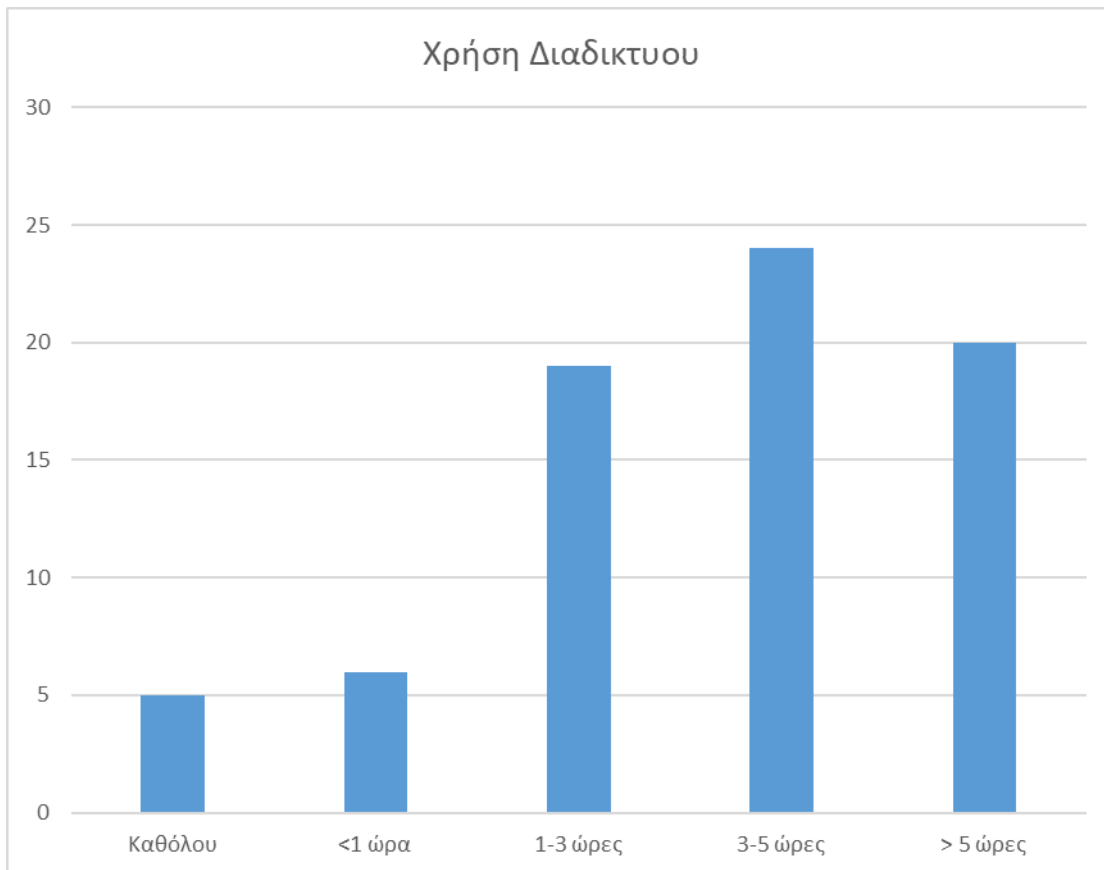
1. Πόσο συχνά χρησιμοποιείται το διαδίκτυο?

Πίνακας 10: Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου

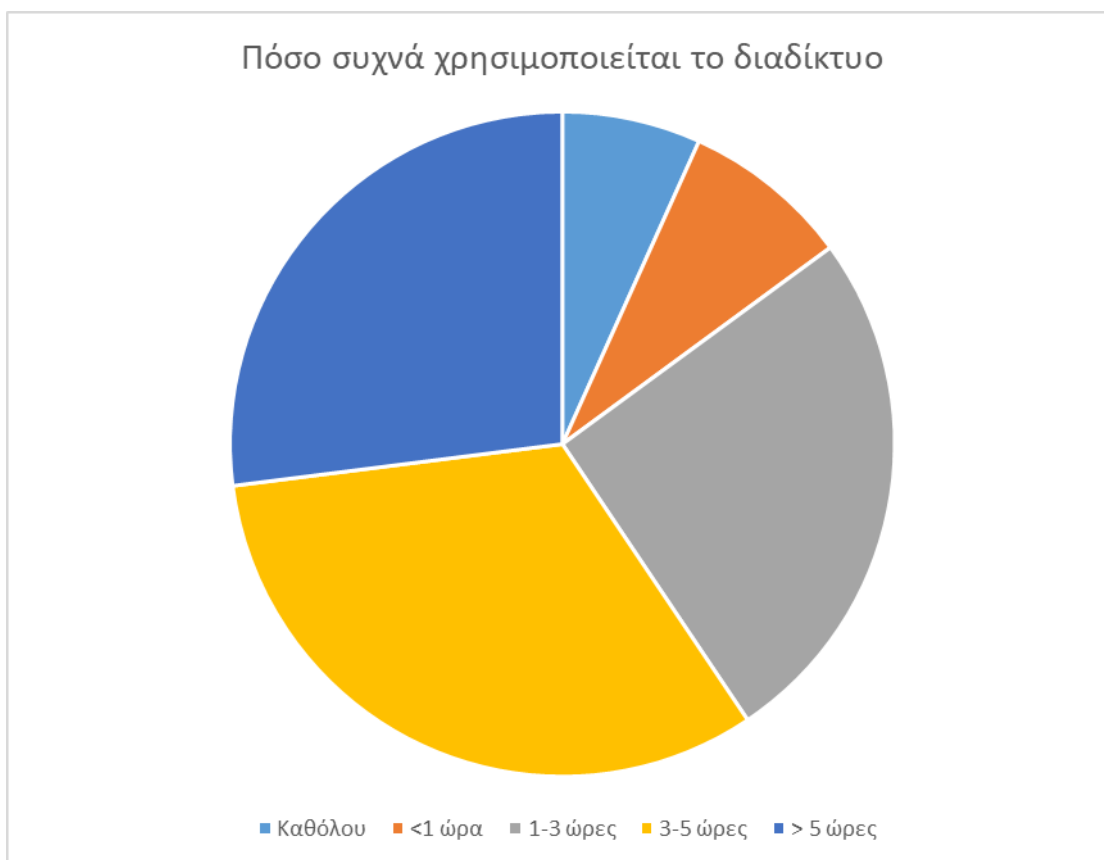
Καθόλου	5
<1 ώρα	6
1-3 ώρες	19
3-5 ώρες	24
> 5 ώρες	20

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου προκύπτουν τα ακόλουθα στοιχεία:

- 6,75% των ερωτηθέντων δεν χρησιμοποιεί καθόλου το διαδίκτυο
- 8,19% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο λιγότερο από 1 ώρα
- 25,67% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από 1 έως 3 ώρες
- 32,43% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από 3 έως 5 ώρες
- 27,02% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο περισσότερο από 5 ώρες



Γράφημα 18: Συχνότητα Χρήσης Διαδικτύου



Γράφημα 19: Ποσοστό χρήσης Διαδικτύου

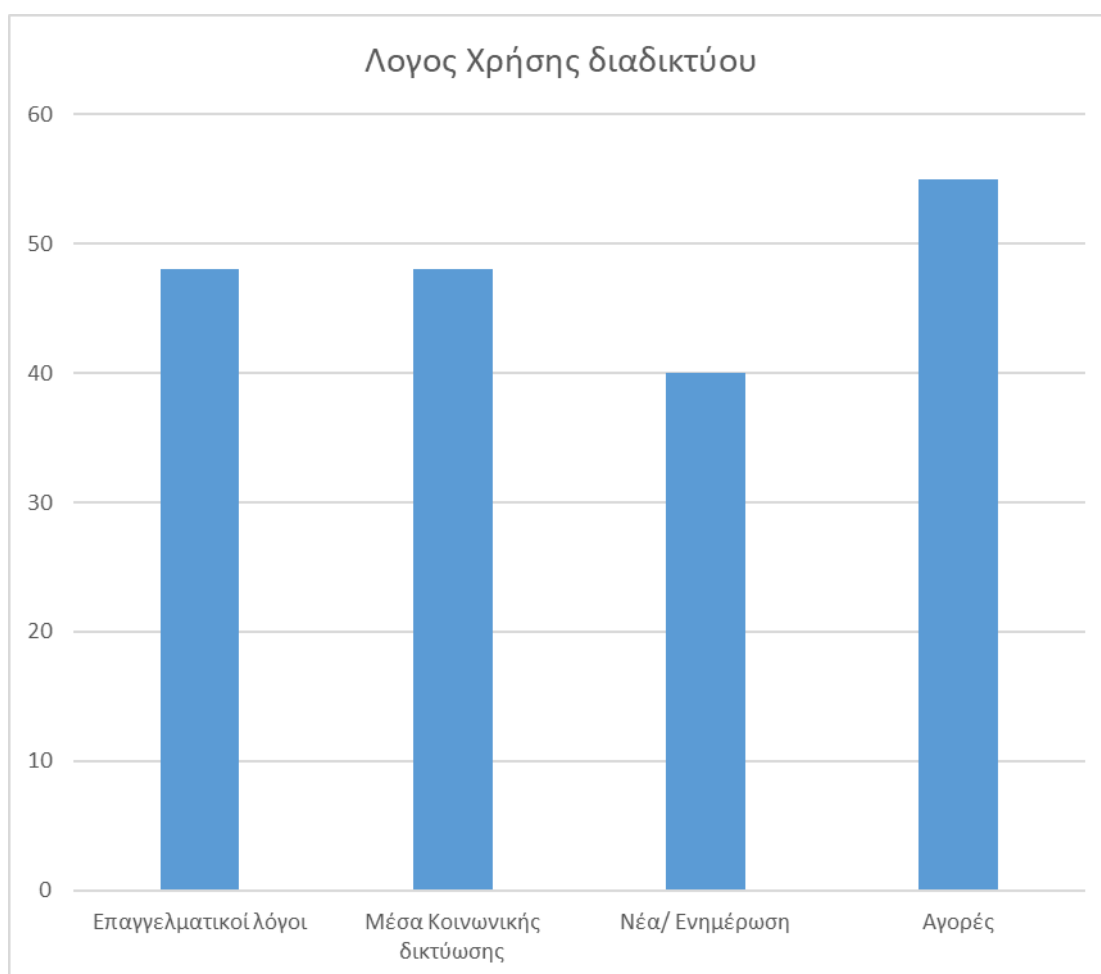
2. Για ποιο λόγο χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο?

Πίνακας 11: Λόγοι χρήσης Διαδικτύου

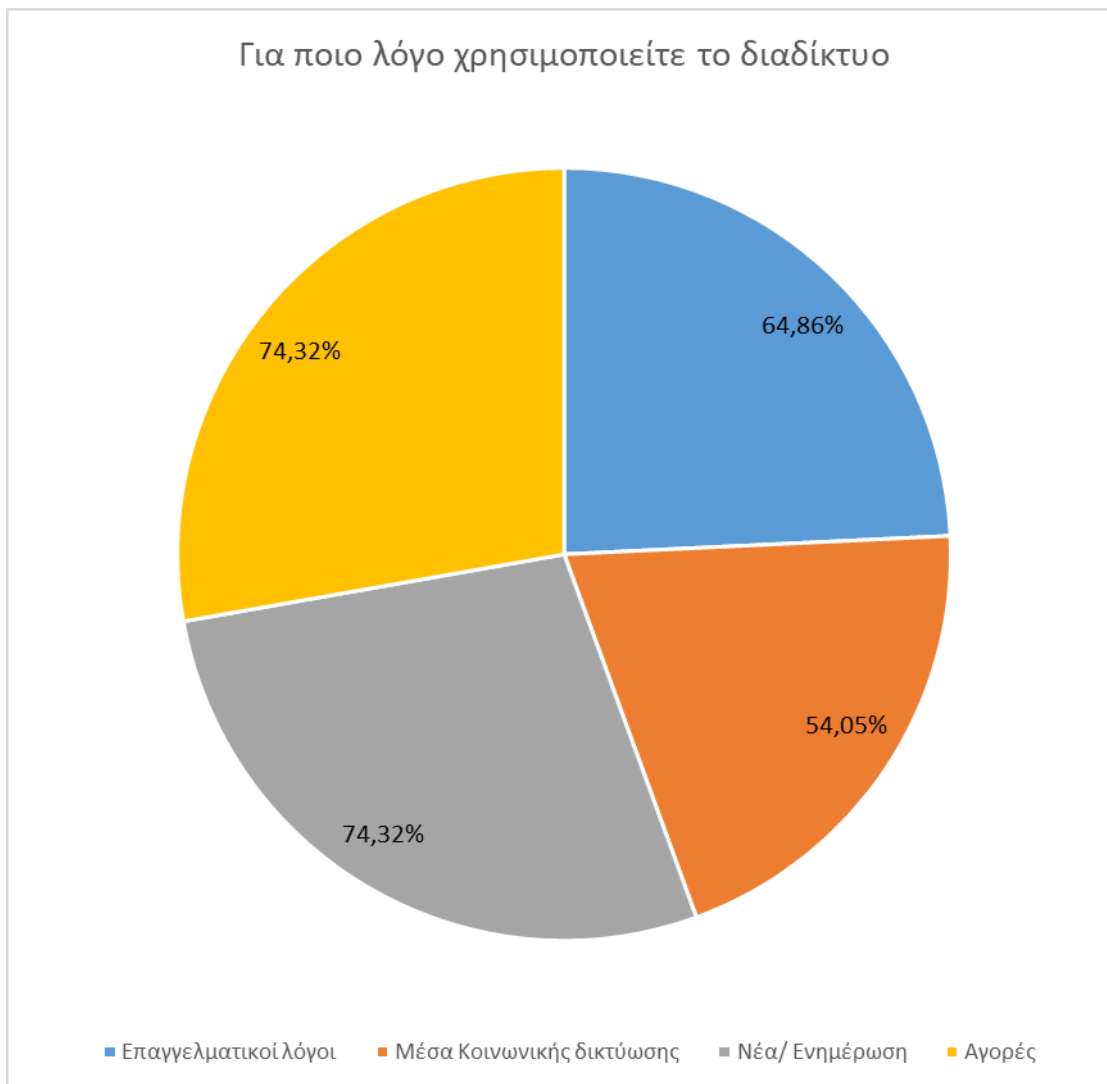
Επαγγελματικοί λόγοι	48
Μέσα Κοινωνικής δικτύωσης	48
Νέα/ Ενημέρωση	40
Αγορές	55

Σχετικά με τον λόγο χρήσης του διαδικτύου παρατηρούμε τα εξής:

- 64,86% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για επαγγελματικούς λόγους και για τη χρήση των Μέσων Κοινωνικής δικτύωσης
- 54,05% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για την ενημέρωσή του και
- 74,32% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για να πραγματοποιεί αγορές αγαθών και υπηρεσιών



Γράφημα 20: Λόγοι χρήσης του Διαδικτύου



Γράφημα 21: Ποσοστά Λόγων Χρήσης Διαδικτύου

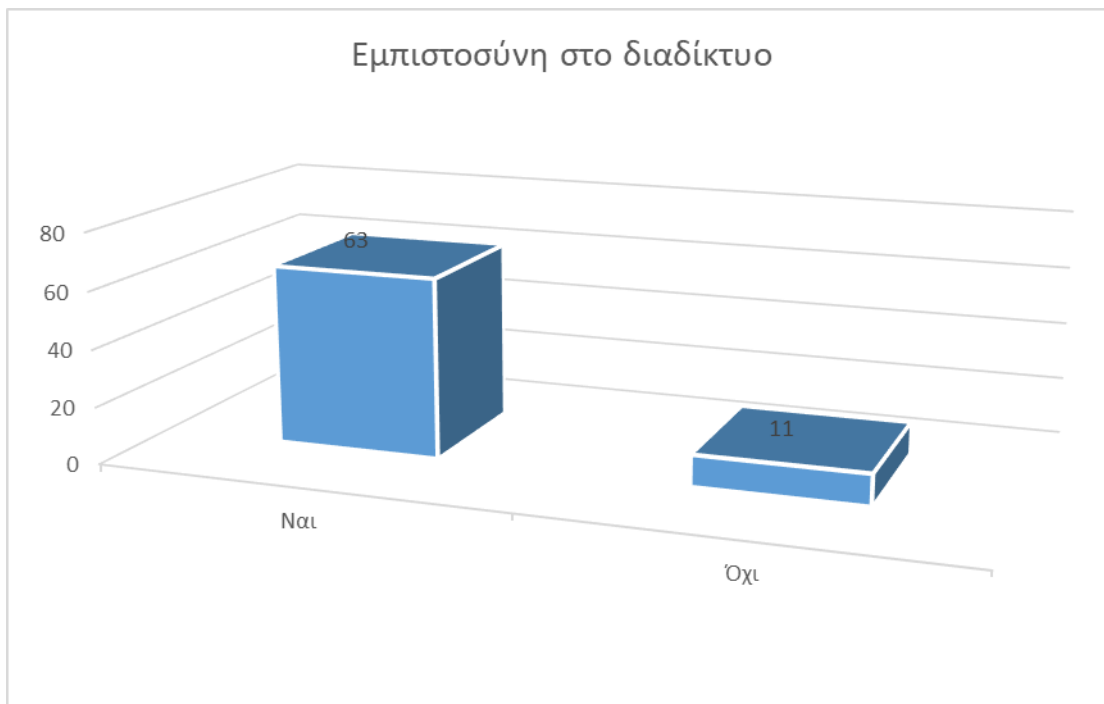
3. Εμπιστεύεστε το διαδίκτυο για αγορές αγαθών/ υπηρεσιών

Πίνακας 12: Εμπιστοσύνη στη χρήση του διαδικτύου

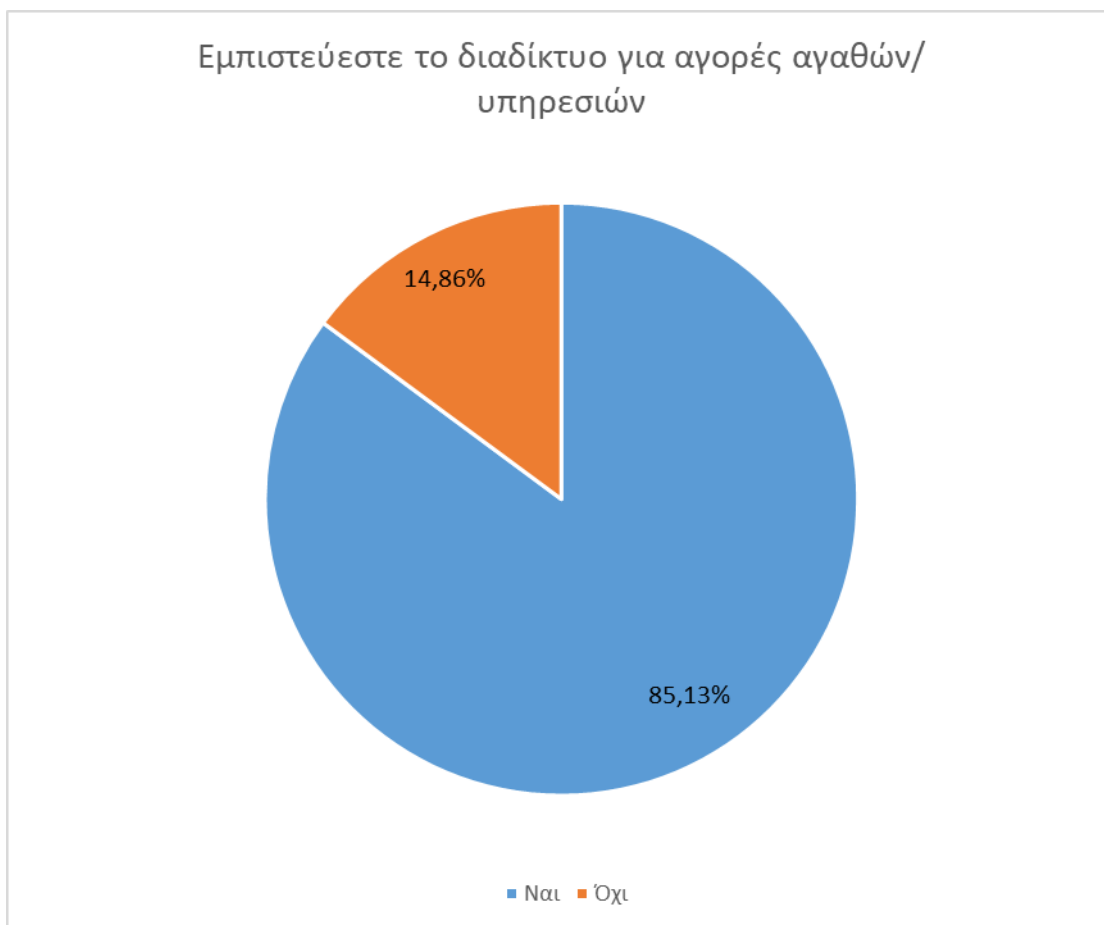
Ναι	63
Όχι	11

Η εμπιστοσύνη στη χρήση του διαδικτύου όπως προέκυψε από τις απαντήσεις των ερωτώμενων έχει τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- 85,13% δηλώνει εμπιστοσύνη στη χρήση του διαδικτύου ενώ
- 14,86% δεν το εμπιστεύεται



Γράφημα 22: Εμπιστοσύνη αγορών διαδικτύου



Γράφημα 23: Ποσοστά εμπιστοσύνης διαδικτύου

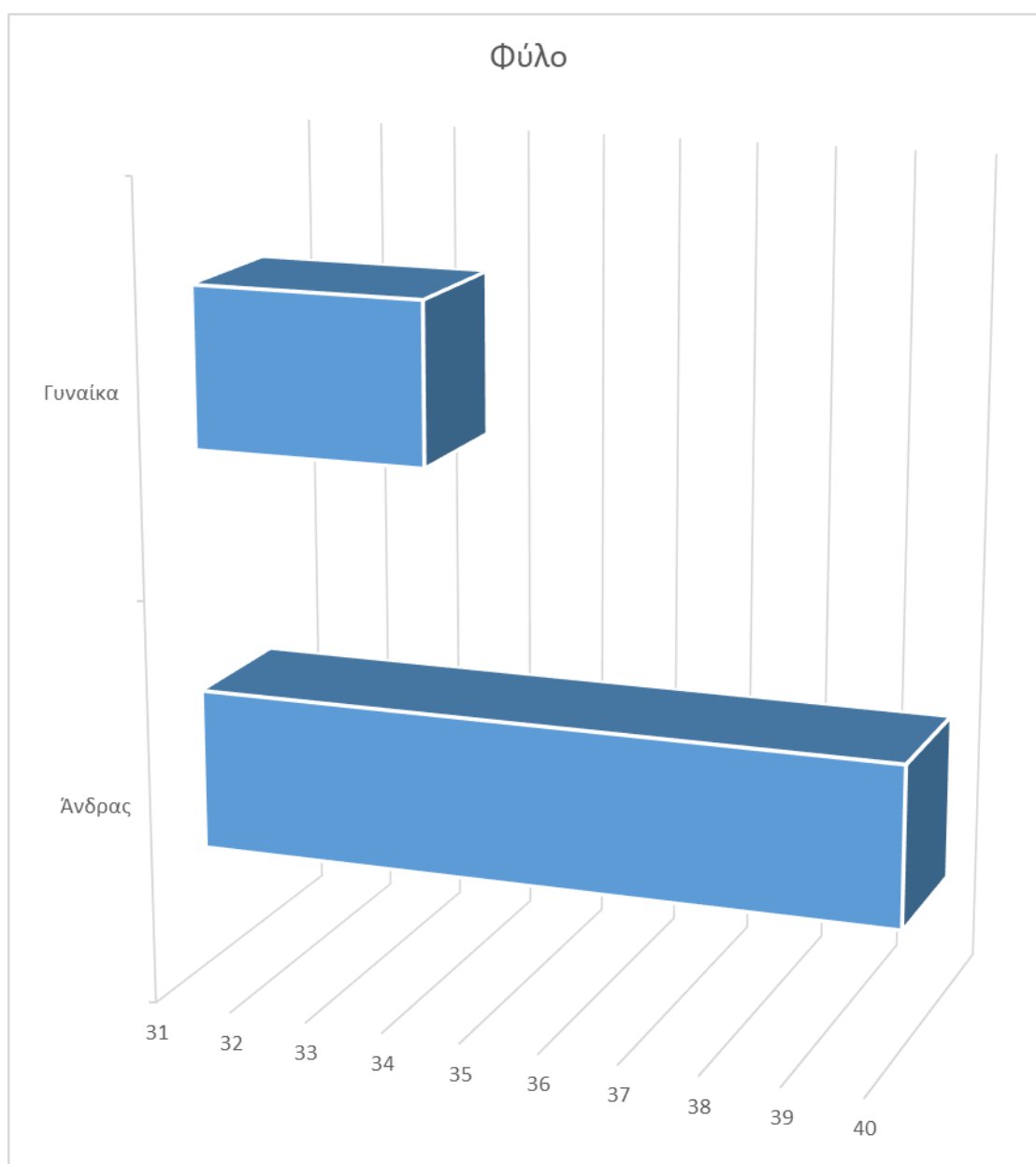
4. Ποιο είναι το φύλο σας

Πίνακας 13: Φύλο συμμετεχόντων

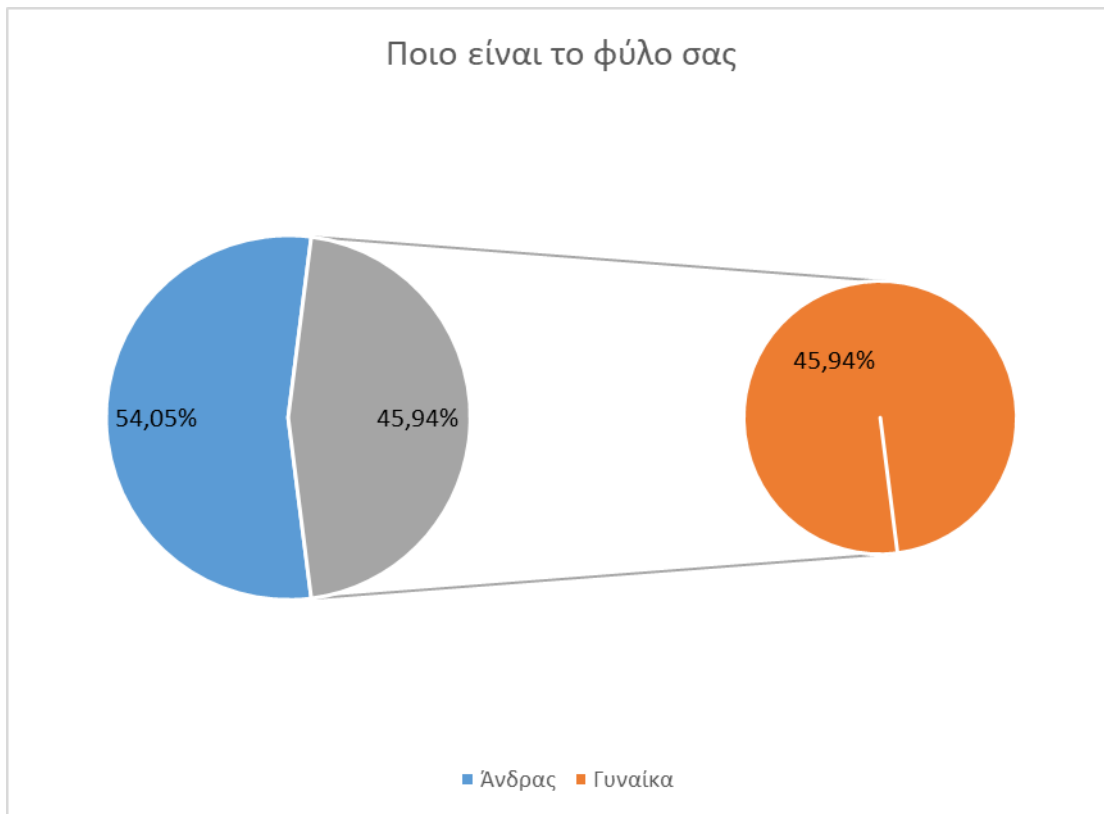
Άνδρας	40
Γυναίκα	34

Σχετικά με το φύλο των ερωτηθέντων προκύπτουν τα εξής:

- 54,05% συμπλήρωσαν άνδρες το ερωτηματολόγιο
- 45,94% ήταν γυναίκες



Γράφημα 24: Φύλο που σχετίζεται με τις αγορές στο διαδίκτυο



Γράφημα 25: Ποσοστό φύλου που σχετίζεται με τις αγορές στο διαδίκτυο

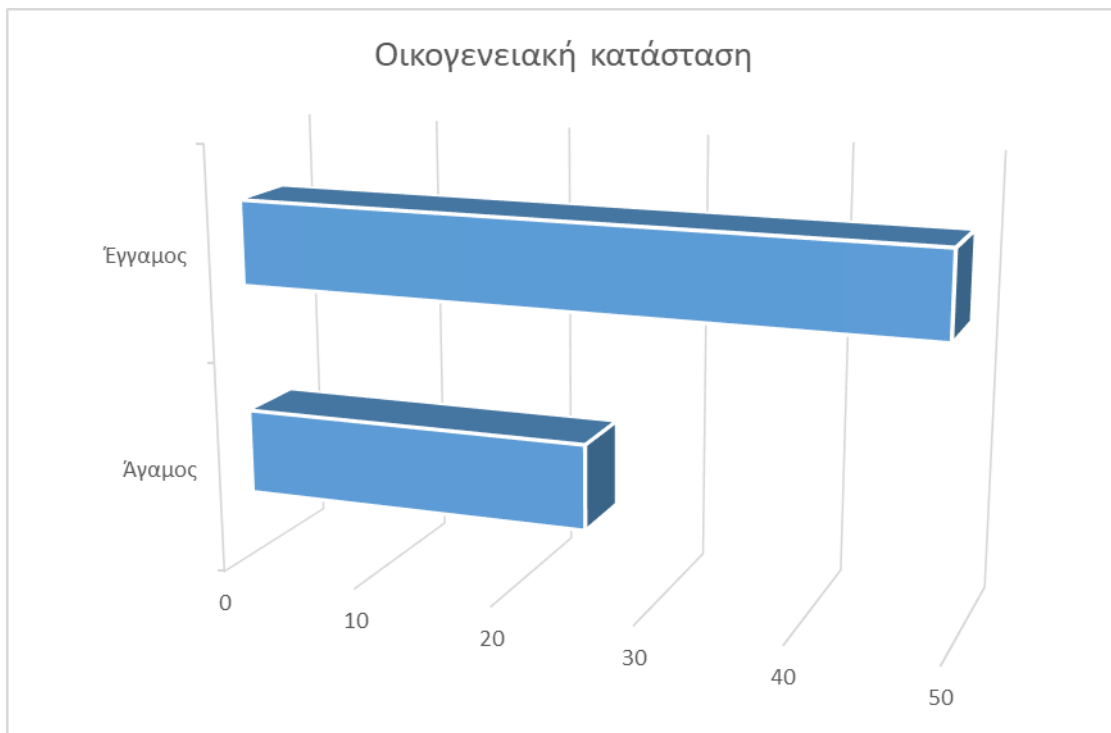
5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση

Πίνακας 14: Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων

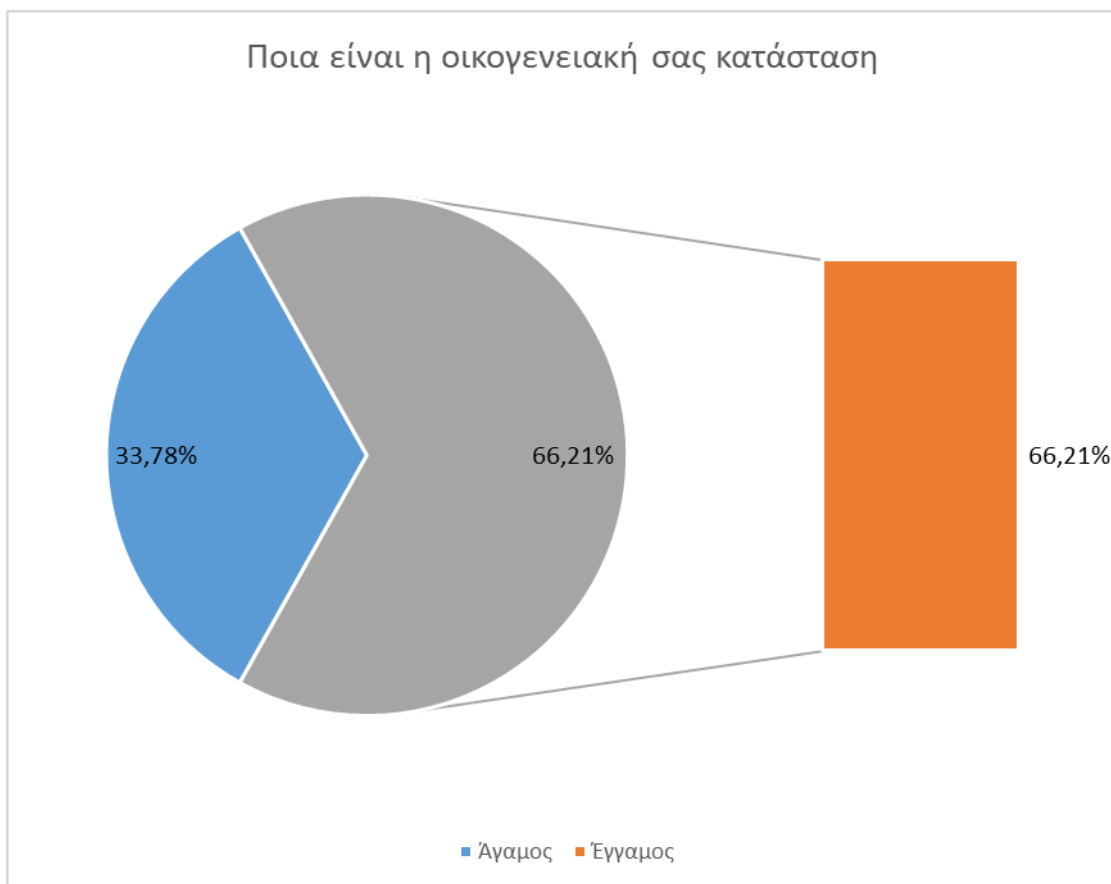
Άγαμος	25
Έγγαμος	49

Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων παρατηρούμε τα ακόλουθα συμπεράσματα:

- 33,78% είναι άγαμοι
- 66,21% είναι έγγαμοι



Γράφημα 26: Οικογενειακή Κατάσταση



Γράφημα 27: Ποσοστό Οικογενειακής Κατάστασης

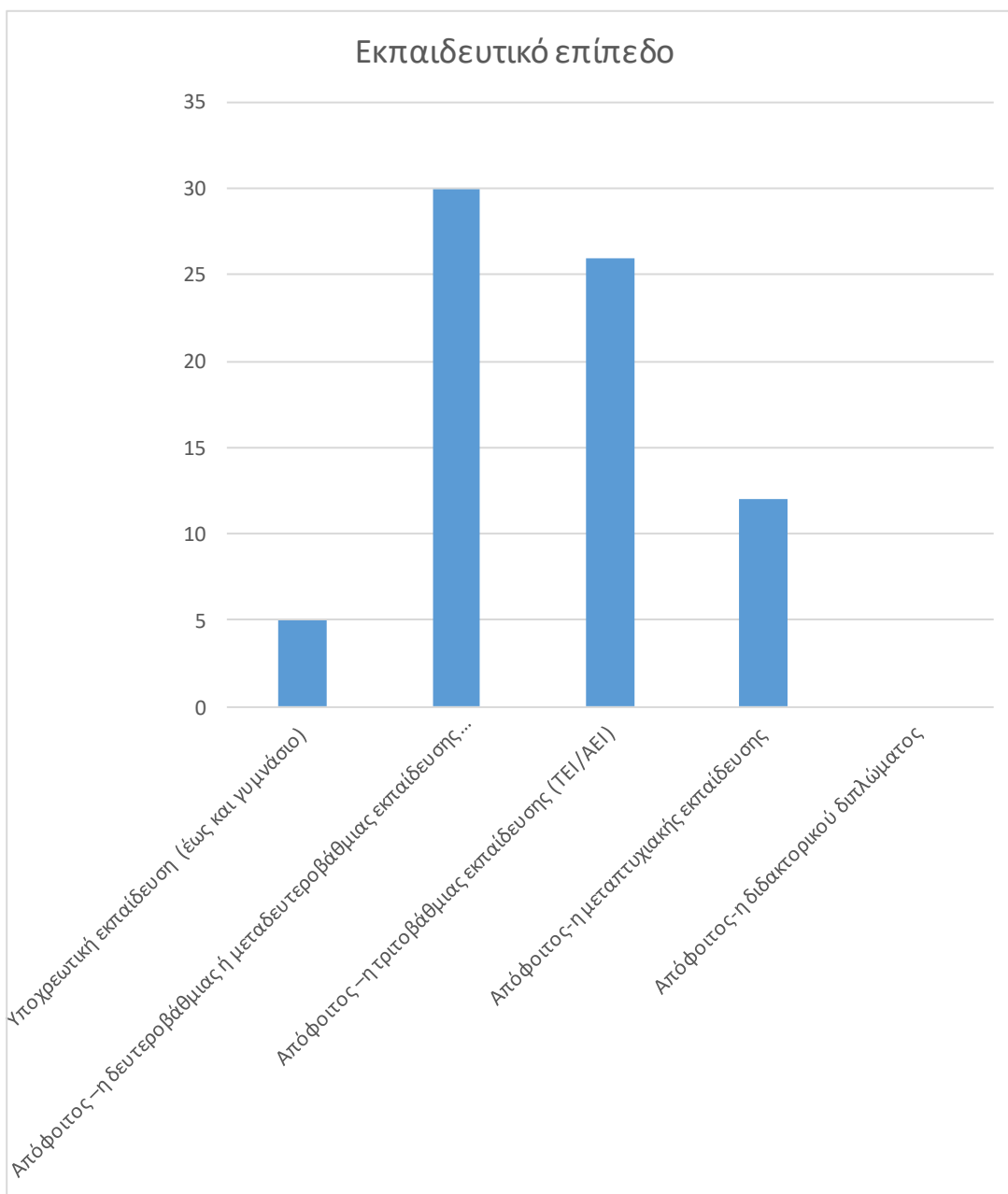
6. Ποιο είναι το εκπαιδευτικό σας επίπεδο

Πίνακας 15: Εκπαιδευτικό Επίπεδο συμμετεχόντων

Υποχρεωτική εκπαίδευση (έως και γυμνάσιο)	5
Απόφοιτος –η δευτεροβάθμιας ή μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Λύκειο/ΙΕΚ)	30
Απόφοιτος –η τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΤΕΙ/ΑΕΙ)	26
Απόφοιτος-η μεταπτυχιακής εκπαίδευσης	12
Απόφοιτος-η διδακτορικού διπλώματος	0

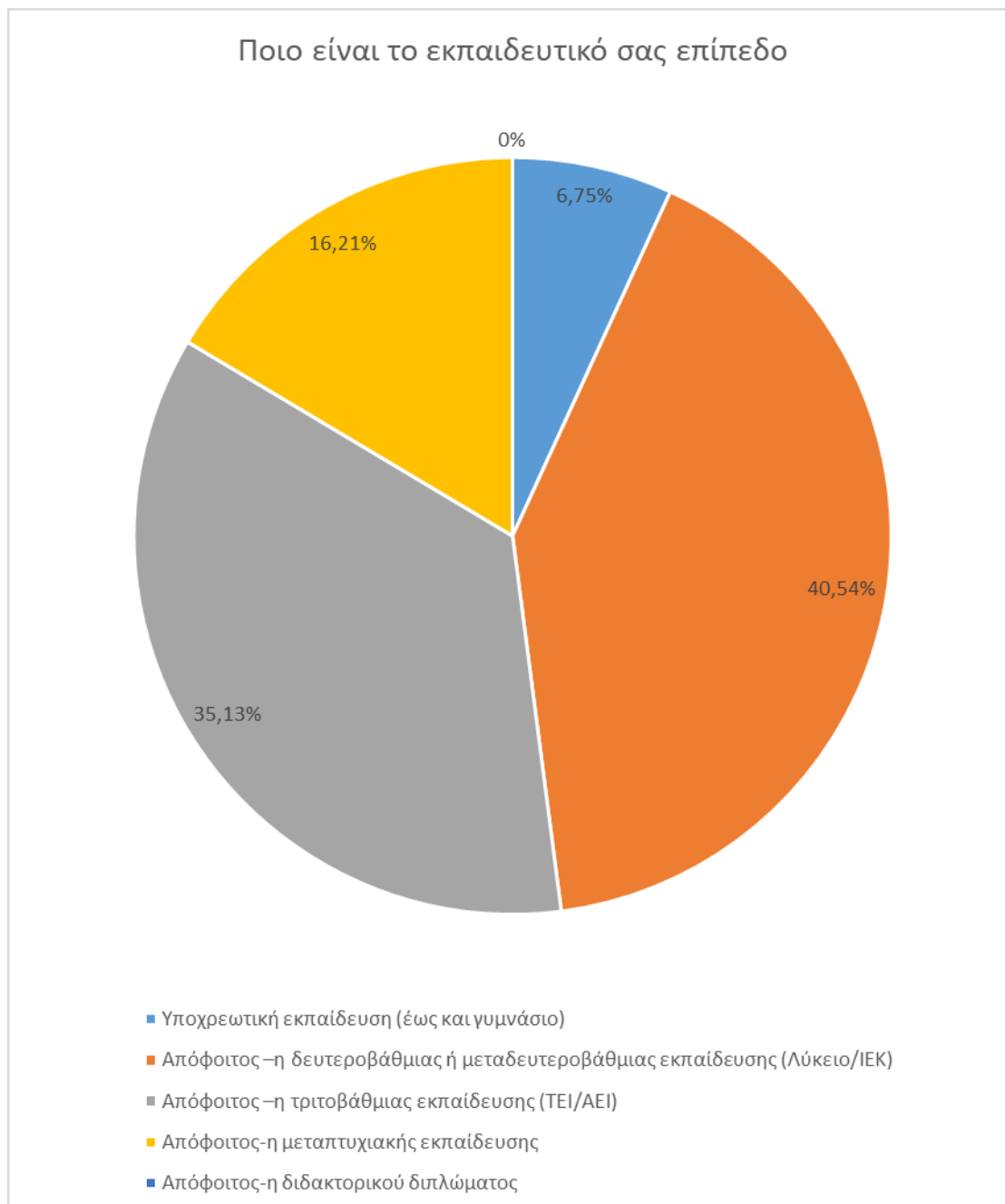
Το εκπαιδευτικό επίπεδο αυτών που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο χωρίζεται ως εξής:

- 6,75 % είναι απόφοιτοι Υποχρεωτικής εκπαίδευσης (έως και γυμνάσιο)
- 40,54% είναι απόφοιτοι δευτεροβάθμιας ή μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Λύκειο/ΙΕΚ)
- 35,13% είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (ΤΕΙ/ΑΕΙ)
- 16,21% Απόφοιτος-η μεταπτυχιακής εκπαίδευσης
- Κανένας Απόφοιτος-η διδακτορικού διπλώματος



Γράφημα 28: Εκπαιδευτικό Επίπεδο

Ποιο είναι το εκπαιδευτικό σας επίπεδο



Γράφημα 29: Ποσοστά Εκπαιδευτικού Επιπέδου

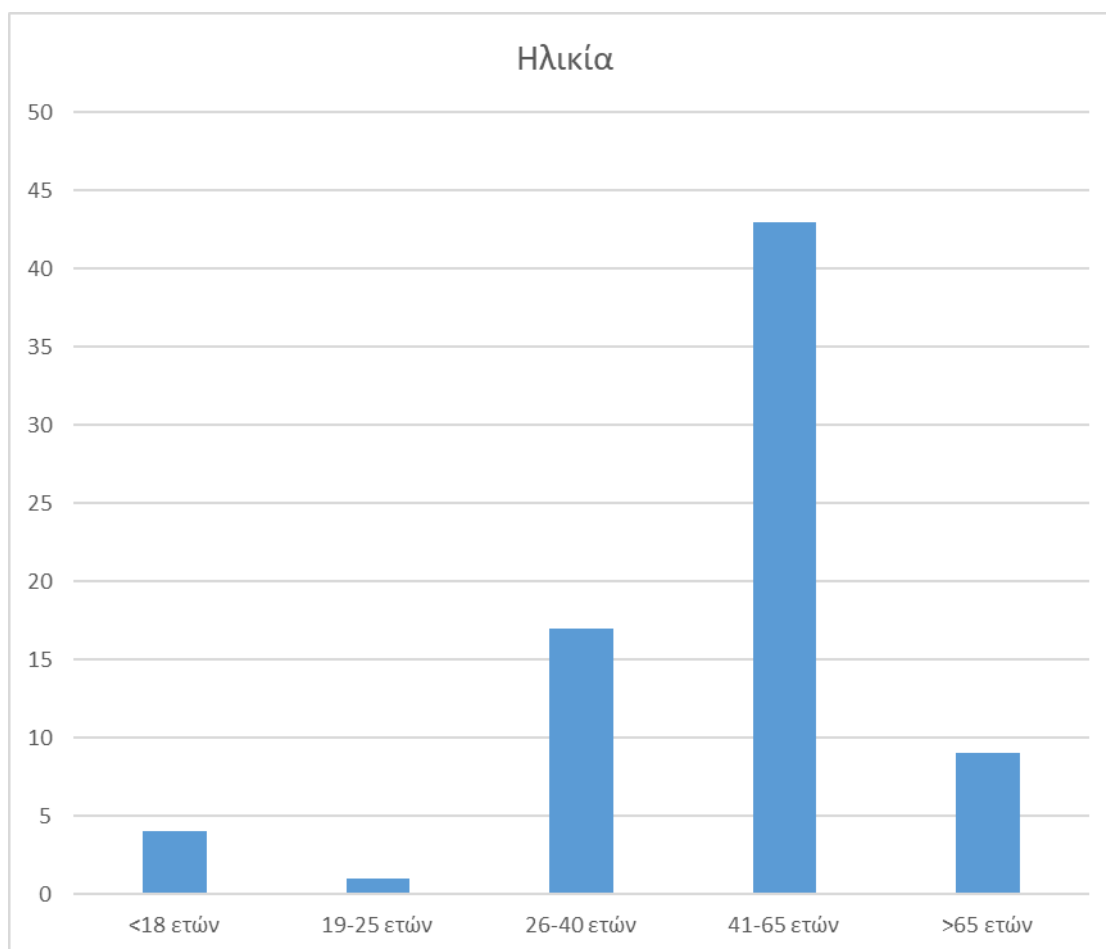
7. Ποια είναι η ηλικία σας

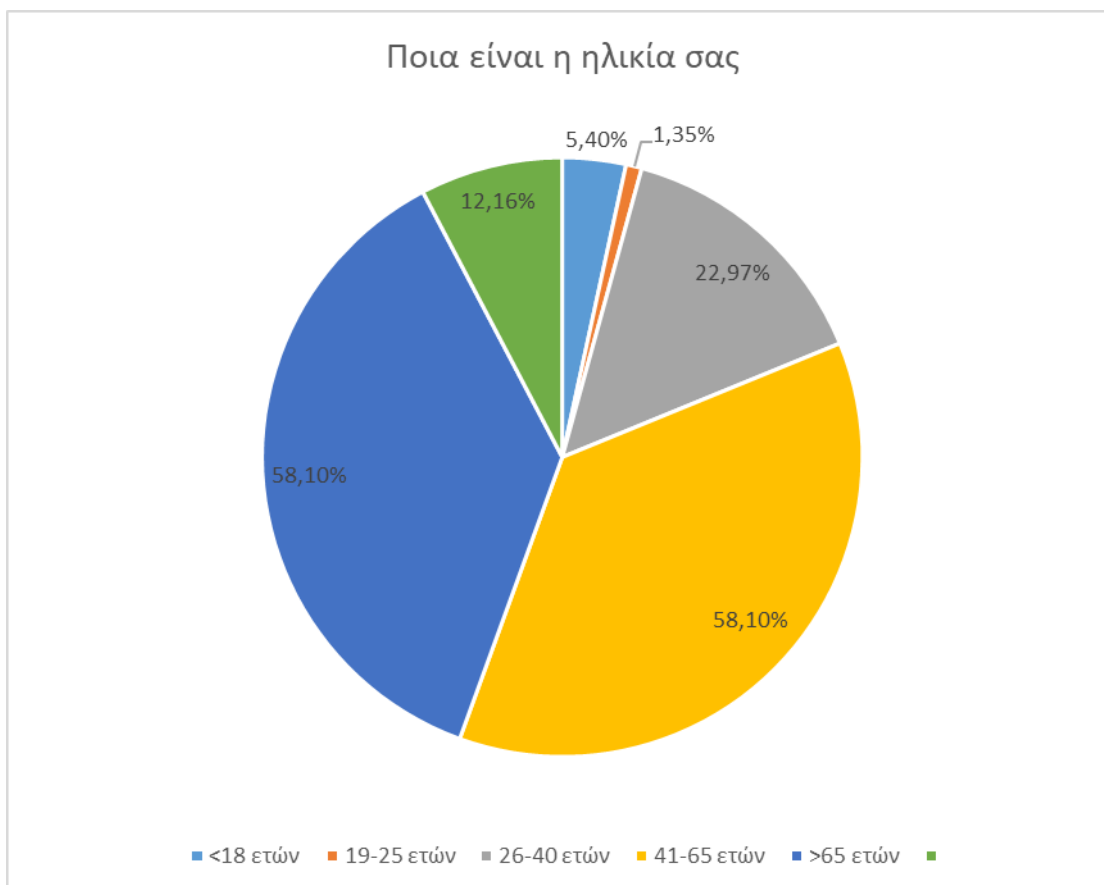
Πίνακας 16: Ηλικία συμμετεχόντων

<18 ετών	4
19-25 ετών	1
26-40 ετών	17
41-65 ετών	43
>65 ετών	9

Σχετικά με την ηλικία των συμμετεχόντων παρατηρούμε τα εξής:

- 5,40% είναι κάτω από 18 ετών
- 1,35,% είναι από 19 έως 25 ετών
- 22,97% είναι από 26 έως 40 ετών
- 58,10% είναι από 41 έως -65 ετών
- 12,16% είναι πάνω από 65 ετών





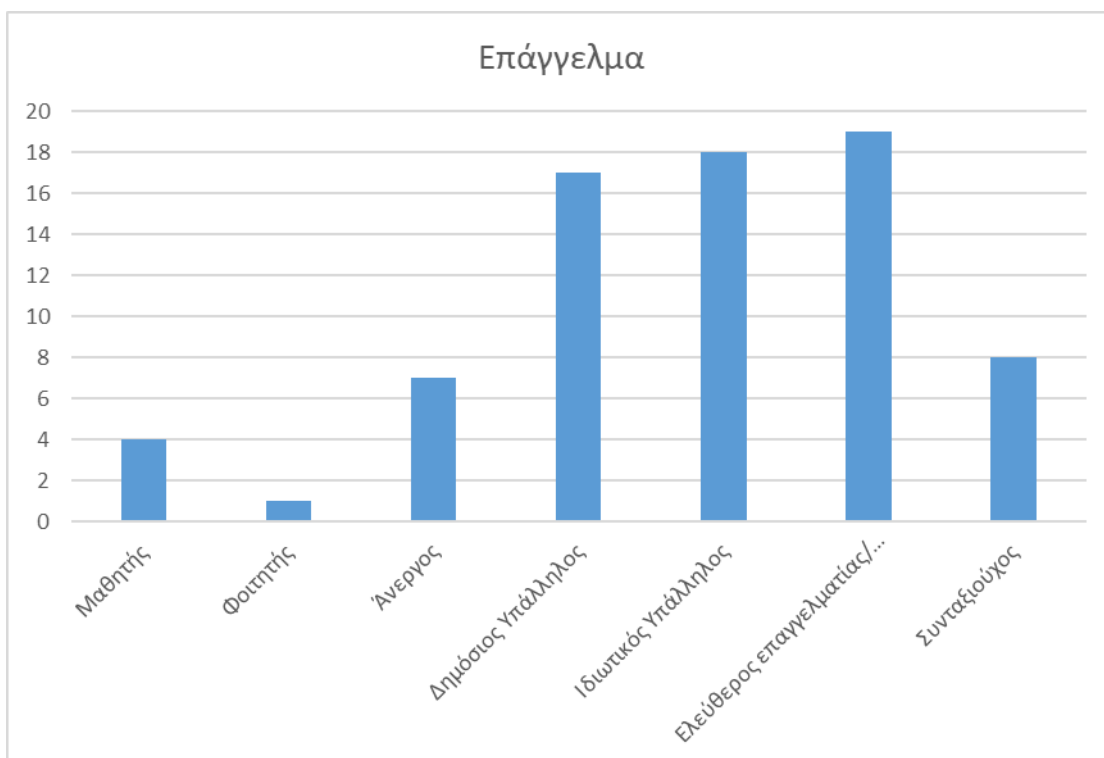
8. Ποιο είναι το επάγγελμά σας

Πίνακας 17: Επαγγελματική Κατάσταση συμμετεχόντων

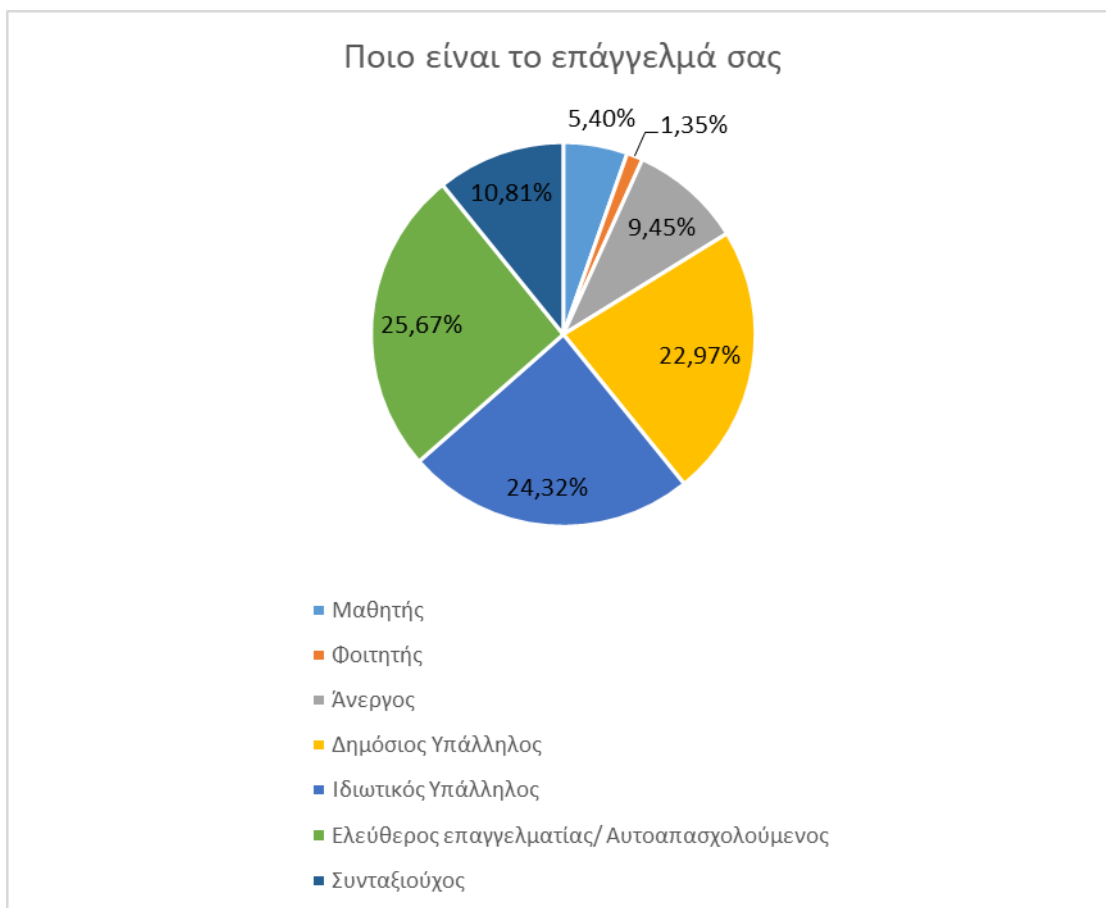
Μαθητής	4
Φοιτητής	1
Άνεργος	7
Δημόσιος Υπάλληλος	17
Ιδιωτικός Υπάλληλος	18
Ελεύθερος επαγγελματίας/ Αυτοαπασχολούμενος	19
Συνταξιούχος	8

Ανάλογα με το επάγγελμα των συμμετεχόντων παρατηρούμε τα εξής:

- 5,40% είναι μαθητές
- 1,35% είναι φοιτητές
- 9,45% είναι άνεργοι
- 22,97% είναι δημόσιοι υπάλληλοι
- 24,32% είναι ιδιωτικοί Υπάλληλοι
- 25,67% είναι ελεύθεροι επαγγελματίες/ αυτοαπασχολούμενοι
- 10,81% είναι συνταξιούχοι



Γράφημα 30: Επαγγελματική Κατάσταση Συμμετεχόντων



Γράφημα 31: Ποσοστά Επαγγελματικής Κατάστασης

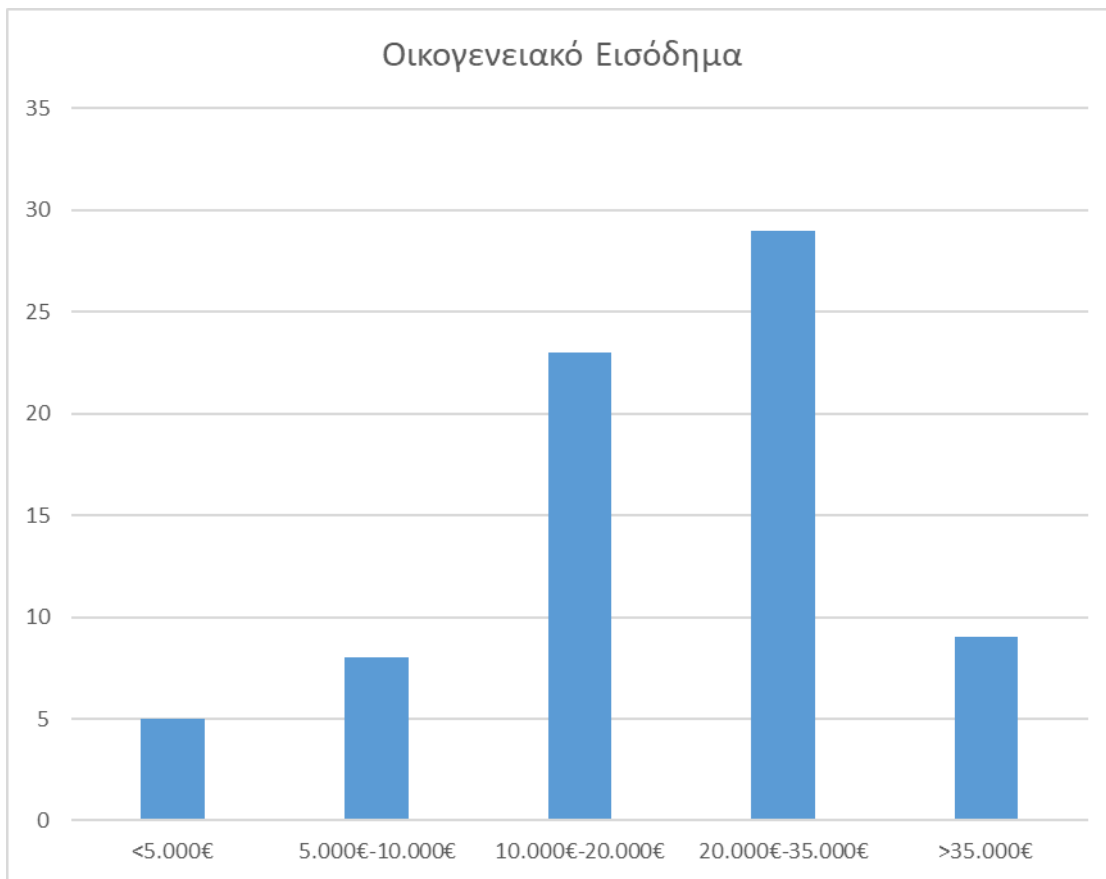
9. Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα

Πίνακας 18: Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα Συμμετεχόντων

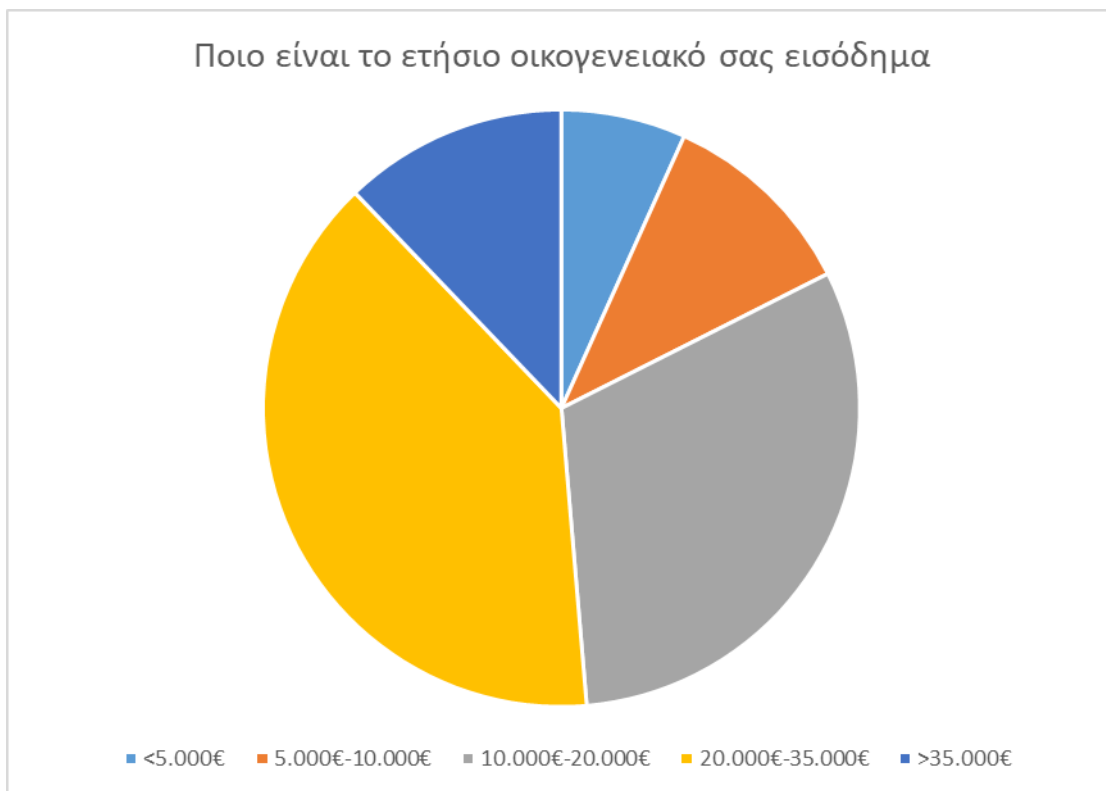
<5.000€	5
5.000€-10.000€	8
10.000€-20.000€	23
20.000€-35.000€	29
>35.000€	9

Σχετικά με το οικογενειακό εισόδημα προκύπτουν τα ακόλουθα δεδομένα:

- 6,75% έχει εισόδημα λιγότερο από 5.000€
- 10,81% έχει εισόδημα από 5.000€-10.000€
- 31,08% έχει εισόδημα από 10.000€-20.000€
- 39,18% έχει εισόδημα από 20.000€-35.000€
- 12,16% έχει εισόδημα πάνω από 35.000€



Γράφημα 32: Οικογενειακό Εισόδημα



Γράφημα 33: Ποσοστό Οικογενειακού Εισοδήματος

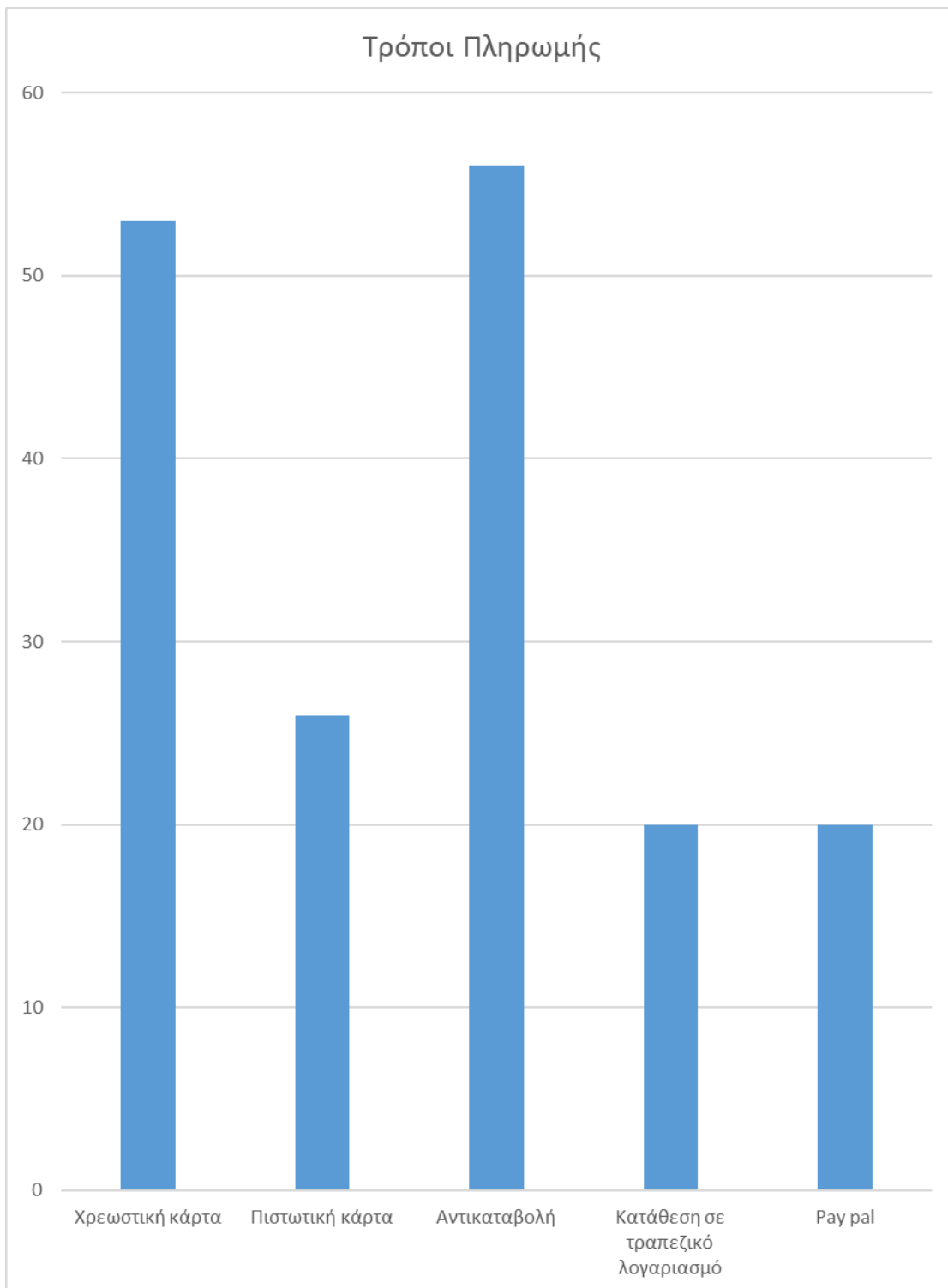
10. Ποιους τρόπους πληρωμής χρησιμοποιείτε κατά τη χρήση ηλεκτρονικών αγορών?

Πίνακας 19: Τρόποι πληρωμής Συναλλαγών Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Χρεωστική κάρτα	53
Πιστωτική κάρτα	26
Αντικαταβολή	56
Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό	20
Pay pal	20

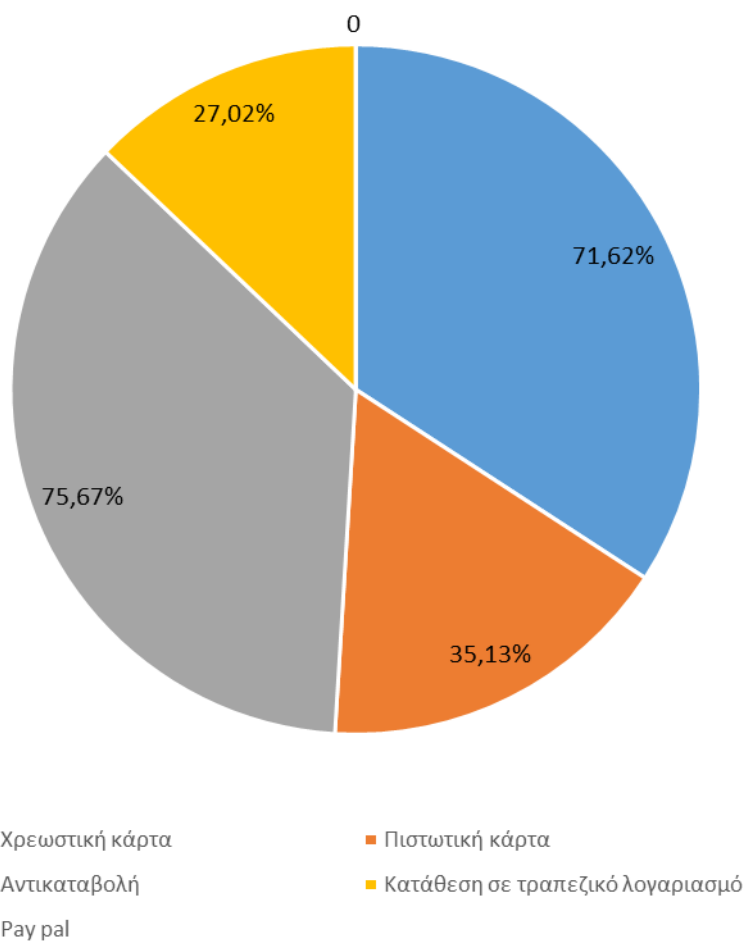
Σχετικά με τον τόπο πληρωμής των χρηστών του διαδικτύου προκύπτουν τα εξής:

- 71,62% χρησιμοποιούν Χρεωστική κάρτα για τις συναλλαγές τους στο διαδίκτυο
- 35,13% χρησιμοποιούν Πιστωτική κάρτα για τις συναλλαγές τους στο διαδίκτυο
- 75,67% χρησιμοποιούν διεκπεραιώνει τις συναλλαγές του στο διαδίκτυο με αντικαταβολή
- 27,02% χρησιμοποιεί την Κατάθεση σε τραπεζικό λογαριασμό αλλά και τη χρήση Pay pal



Γράφημα 34: Τρόποι Πληρωμής

Ποιους τρόπους πληρωμής χρησιμοποιείτε κατά τη χρήση ηλεκτρονικών αγορών?



Γράφημα 35: Ποσοστά Τρόπων Πληρωμής

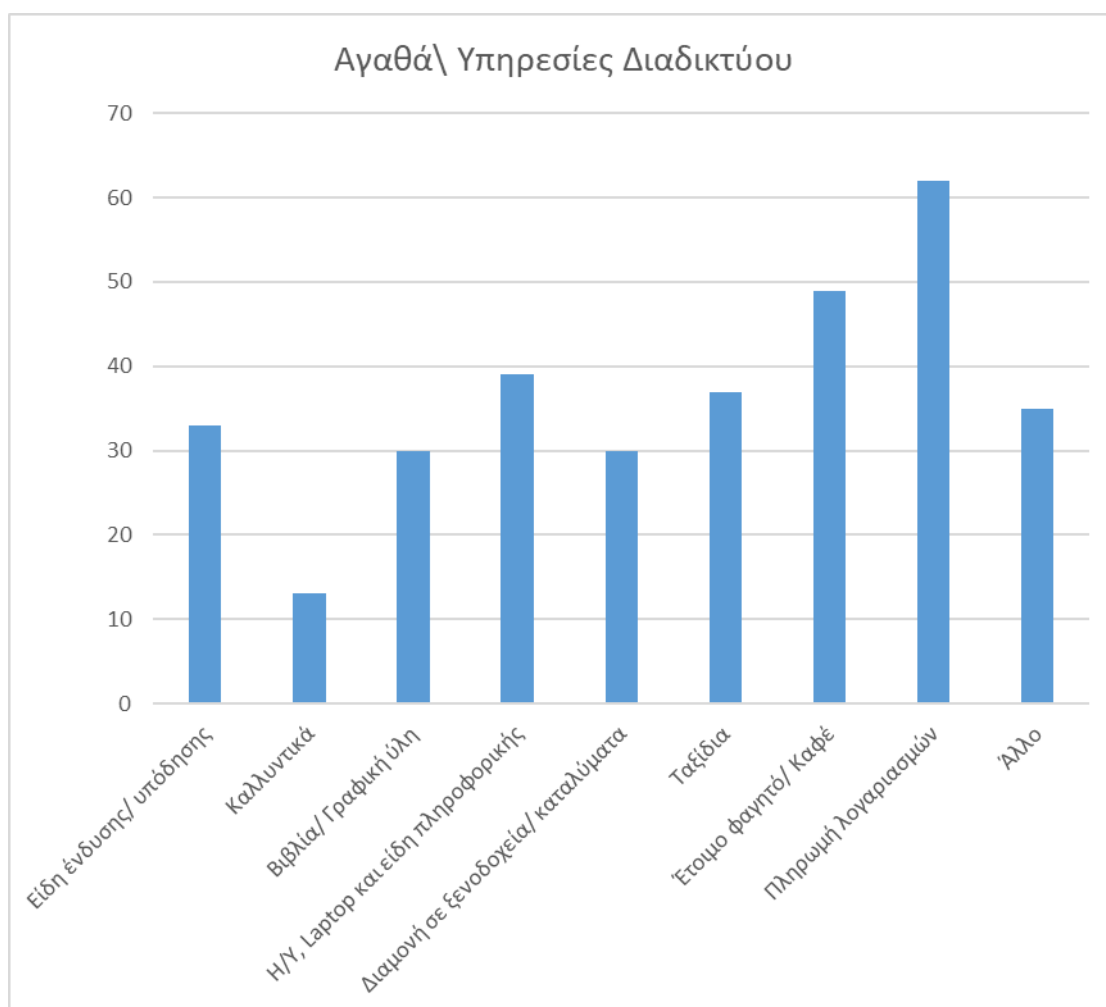
11. Τι προϊόντα αγοράζετε μέσω διαδικτύου

Πίνακας 20: Είδη προϊόντων μέσω διαδικτύου

Είδη ένδυσης/ υπόδησης	33
Καλλυντικά	13
Βιβλία/ Γραφική ύλη	30
Η/Υ, Laptop και είδη πληροφορικής	39
Διαμονή σε ξενοδοχεία/ καταλύματα	30
Ταξίδια	37
Έτοιμο φαγητό/ Καφέ	49
Πληρωμή λογαριασμών	62
Άλλο	35

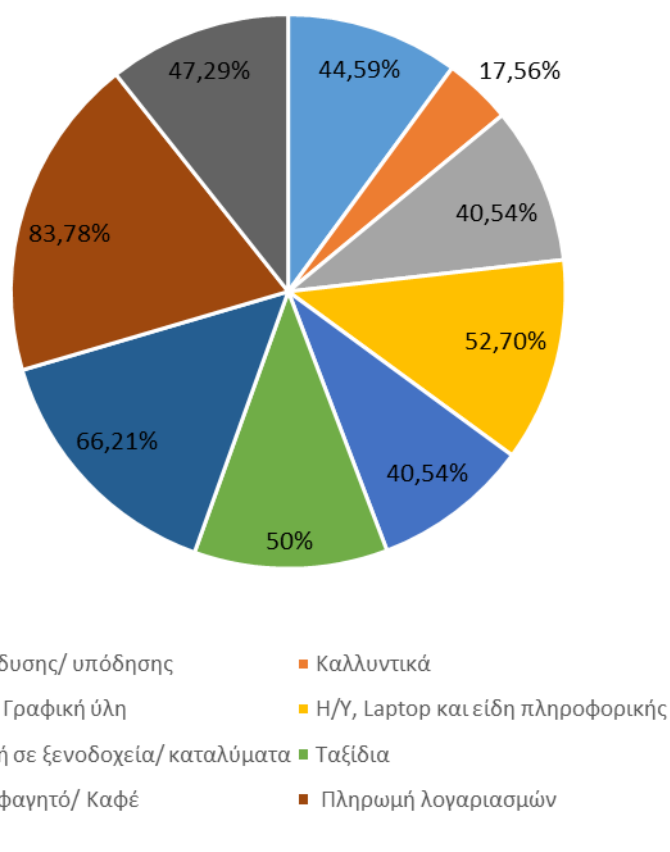
Αναφορικά με τα προϊόντα/ υπηρεσίες που προμηθεύονται από το διαδίκτυο οι χρήστες σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων προκύπτουν τα εξής:

- 44,59% αγοράζει Είδη ένδυσης/ υπόδησης
- 17,56% αγοράζει Καλλυντικά
- 40,54% αγοράζει Βιβλία/ Γραφική ύλη
- 52,70% αγοράζει Η/Υ, Laptop και είδη πληροφορικής
- 40,54% αγοράζει υπηρεσίες για Διαμονή σε ξενοδοχεία/ καταλύματα
- 50% αγοράζει Ταξίδια
- 66,21% αγοράζει Έτοιμο φαγητό/ Καφέ
- 83,78% πληρώνει λογαριασμούς
- 47,29% αγοράζει κάτι άλλο που δεν περιλαμβάνεται στη προαναφερόμενη λίστα



Γράφημα 36: Προτιμήσεις συμμετεχόντων

Τι προϊόντα αγοράζετε μέσω διαδικτύου



Γράφημα 37: Ποσοστά προτιμήσεων συμμετεχόντων

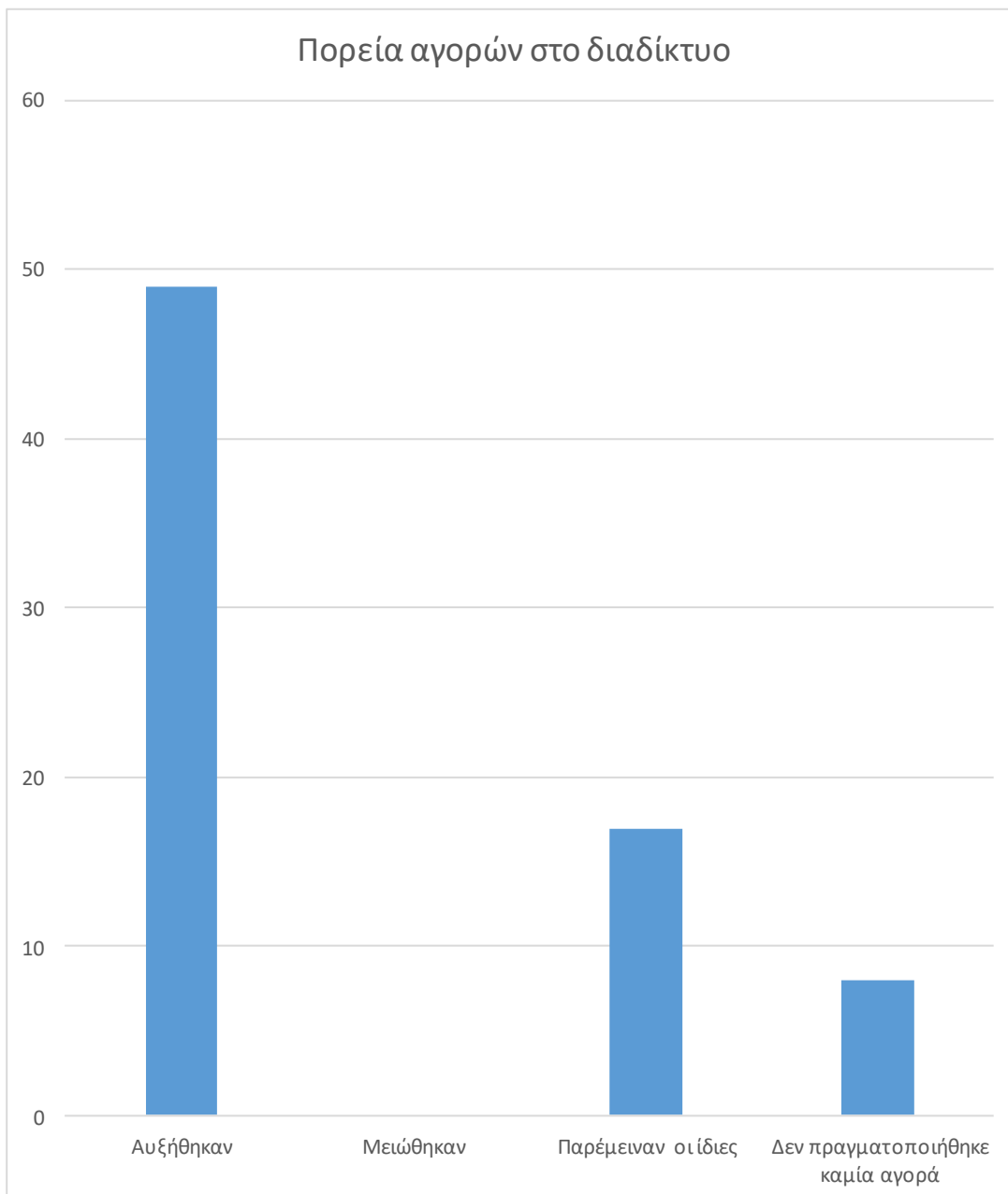
12. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας 2020-2021 οι αγορές σας μέσω διαδικτύου

Πίνακας 21: Στατιστικά στοιχεία αγορών μέσω του διαδικτύου

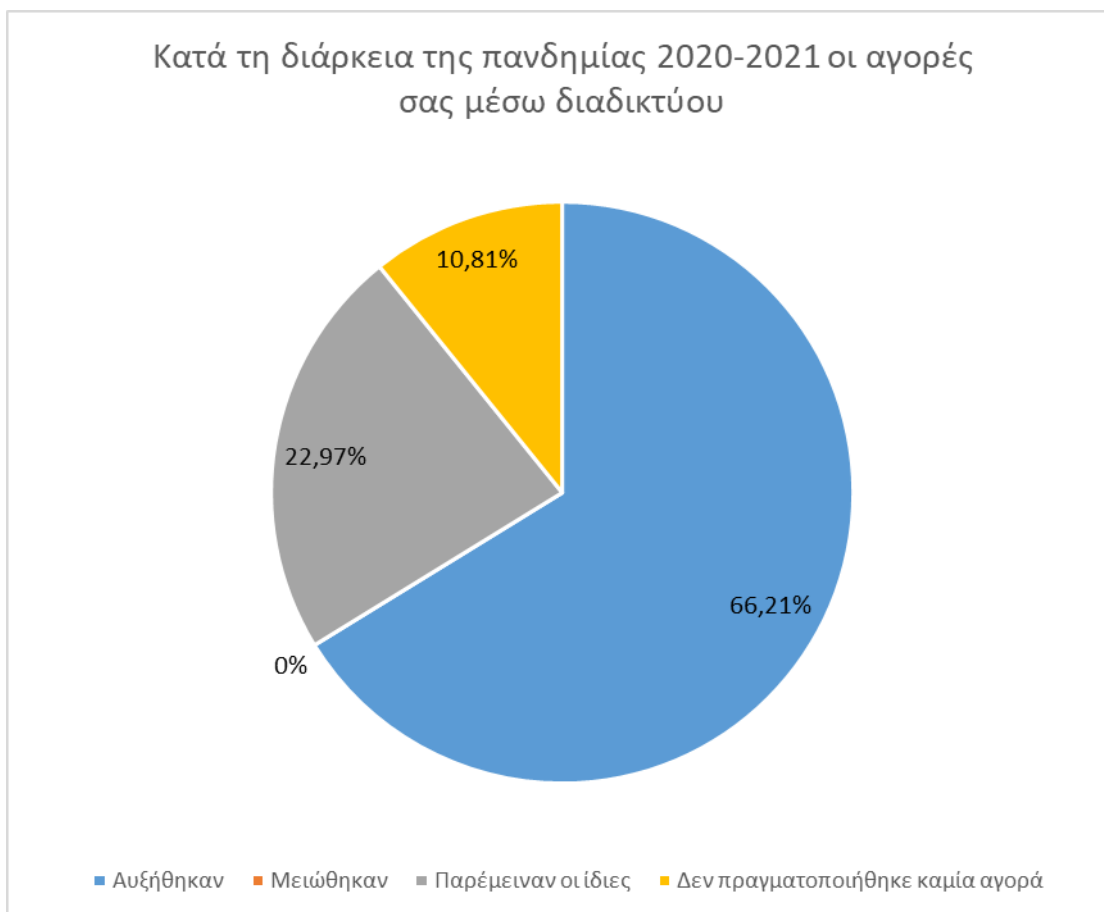
Αυξήθηκαν	49
Μειώθηκαν	0
Παρέμειναν οι ίδιες	17
Δεν πραγματοποιήθηκε καμία αγορά	8

Οι αγορές μέσω διαδικτύου κατά τη διάρκεια της πανδημίας (έτη 2020-2021)

- 66,21 % αυξήθηκαν
- 0% μειώθηκαν
- 22,97% παρέμειναν οι ίδιες
- 10,81% δεν πραγματοποιήθηκε καμία αγορά



Γράφημα 38: Πορεία αγορών στο διαδίκτυο



Γράφημα 39: Ποσοστό αγορών κατά τη διάρκεια της πανδημίας

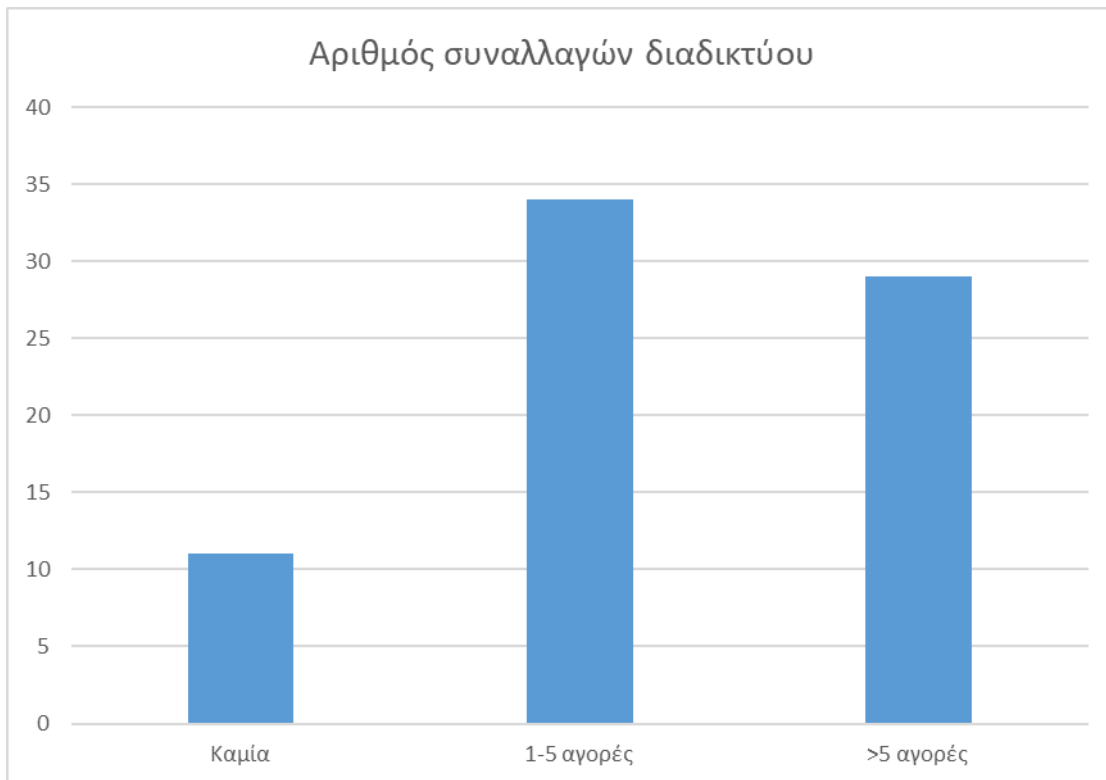
13. Πόσες συναλλαγές πραγματοποιήσατε κατά τη διάρκεια της πανδημίας μέσω διαδικτύου

Πίνακας 22: Όγκο συναλλαγών μέσω του διαδικτύου

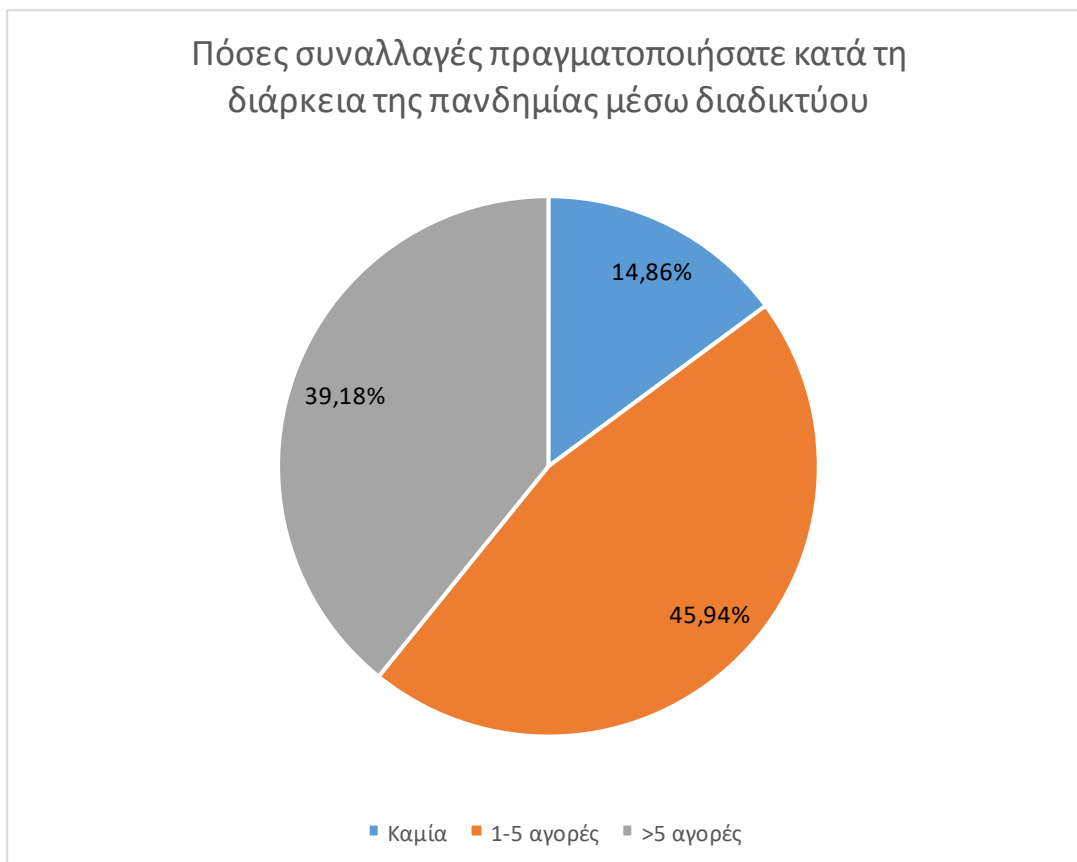
Καμία	11
1-5 αγορές	34
>5 αγορές	29

Σχετικά με τον αριθμό των συναλλαγών που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της πανδημίας παρουσιάζονται τα ακόλουθα:

- 14,86 % δεν πραγματοποίησε καμία συναλλαγή
- 45,94% πραγματοποίησε από 1-5 αγορές
- 39,18 % πραγματοποίησε πάνω από 5 αγορές



Γράφημα 40: Αριθμός Συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου



Γράφημα 41: Ποσοστό συναλλαγών διαδικτύου

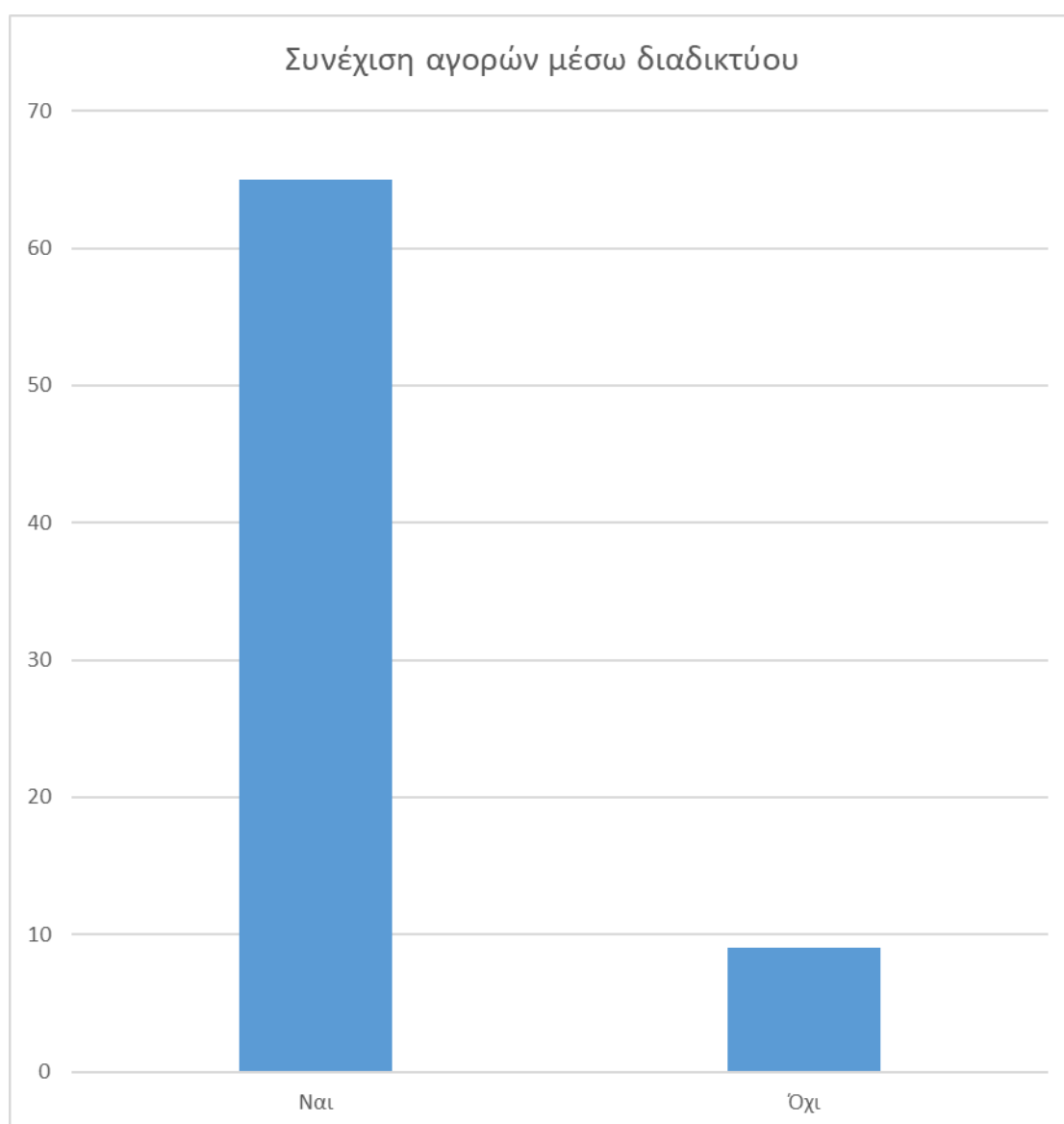
14. Θα συνεχίσετε να πραγματοποιείτε αγορές μέσω του διαδικτύου

Πίνακας 23: Πρόθεση αγορών μέσω διαδικτύου μελλοντικά

Ναι	65
Όχι	9

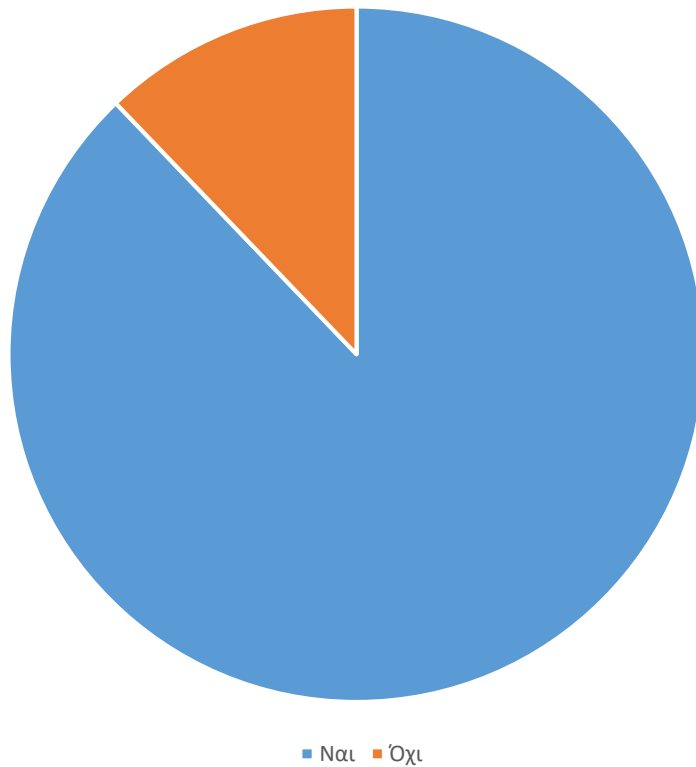
Τέλος στο ερώτημα αν θα συνεχίσετε να πραγματοποιείτε συναλλαγές μέσω διαδικτύου:

- 87,83 % θα συνεχίσει
- 12,16% δεν θα συνεχίσει



Γράφημα 42: Συνέχιση αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου

Θα συνεχίσετε να πραγματοποιείτε αγορές μέσω του διαδικτύου



Γράφημα 43: Ποσοστό μελλοντικών συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου

4.2. Συμπεράσματα Ερωτηματολογίου

Από τα ερωτηματολόγια που δόθηκαν διαπιστώθηκε ότι η διαρκώς αυξανόμενη χρήση του διαδικτύου είναι δεδομένη πλέον στο σύνολο της κοινωνίας. Η τάση των νέων προς τη χρήση του διαδικτύου είναι βέβαιη και οι περισσότερες συναλλαγές πραγματοποιούνται με αξιοποίηση των νέων τεχνολογικών εφαρμογών.

Πιο συγκεκριμένα από τα ερωτηματολόγια και καταγράφοντας το προφίλ αυτών που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, καταλήγουμε συγκεντρωτικά στα ακόλουθα συμπεράσματα:

Ένα μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων και συγκεκριμένα το 32,43% χρησιμοποιεί το διαδίκτυο από 3 έως 5 ώρες , με κύρια χρήση του διαδικτύου για αγορές αγαθών και υπηρεσιών σε ποσοστό 74,32% ενώ, με πολύ υψηλό ποσοστό να δηλώνει εμπιστοσύνη στη χρήση του (85,13%) διαδικτύου. Επιπροσθέτως άνδρες έγγαμοι σε ποσοστό πάνω από το 50% κάνουν χρήση διαδικτύου, με εκπαιδευτικό επίπεδο - απόφοιτοι δευτεροβάθμιας ή μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης (Λύκειο/IEK). Οι ηλικίες των ερωτώμενων ήταν σε ποσοστό 58,10% από 41 έως -65 ετών , ελεύθεροι επαγγελματίες με εισόδημα από 20.000€-35.000€.

Η πλειονότητα αυτών στην ερώτηση για ποιο λόγο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο δήλωσαν ότι συναλλαγές τους αφορούν τη πληρωμή λογαριασμών, έτοιμο φαγητό/καφέ αλλά και Η/Υ, Laptop και είδη πληροφορικής ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό δήλωσαν ότι οι συναλλαγές τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας αυξήθηκαν και μεγάλης σπουδαιότητας ήταν η απάντηση ότι το 87,83 % θα συνεχίσει και τις συναλλαγές μέσω διαδικτύου.

Η σύγχρονη τάση της καθολικής χρήσης του διαδικτύου στο σύνολο των συναλλαγών αποδεικνύεται σε μεγάλο ποσοστό σύμφωνη και με τα ερωτηματολόγια οι απαντήσεις των οποίων καταγράφηκαν αναλυτικά παραπάνω. Το διαδίκτυο τείνει να αντικαταστήσει το φυσικό εμπόριο και το σύνολο των δραστηριοτήτων αλλά και των πολιτικών είναι προς αυτή τη κατεύθυνση.

Από τις απαντήσεις όπως αυτές καταχωρήθηκαν στα ερωτηματολόγια διαφαίνεται ότι η χρήση του διαδικτύου είναι για επαγγελματικούς λόγους, και αφορά μεσαία εισοδηματικά στρώματα. Έτσι αποδεικνύεται ότι ο κύριος χρήστης του διαδικτύου, ενώ έχει τη δυνατότητα να επιλέξει και άλλους τρόπους συναλλαγών όπως είναι οι αγορές από τα φυσικά καταστήματα τελικά επιλέγει τη χρήση των αγορών μέσω του διαδικτύου ενδεχομένως λόγω έλλειψης χρόνου.

Σήμερα η χρήση του διαδικτύου έχει επεκταθεί σε όλες τις εκφάνσεις της σύγχρονης πραγματικότητας και είναι βέβαιο ότι όλες οι υπηρεσίες τόσο του ιδιωτικού όσο και του δημόσιου τομέα θα συμμορφωθούν με τις επιταγές που επιτάσσει η εξέλιξη του.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΠΙΝΑΚΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Πίνακας 1: Δείκτης εκροών προκήρυξης ΠΕΠ Πελοποννήσου	24
Πίνακας 2: Συγκεντρωτικός πίνακας αποφάσεων ένταξης προκήρυξης ΠΕΠ Πελοποννήσου	27
Πίνακας 3: Αποτελέσματα απογραφής πληθυσμού Ελλάδας	31
Πίνακας 4: Στατιστικά στοιχεία Περιφέρειας Πελοποννήσου ανα Δήμο	33
Πίνακας 5: Ποσοστά από την έρευνα χρήσης ΤΠΕ Α τρίμηνο 2021	36
Πίνακας 6: Αποτελέσματα από την έρευνα χρήσης ΤΠΕ σε είδη ψηφιακής μορφής	37
Πίνακας 7: Αποτελέσματα από την έρευνα χρήσης Υπηρεσιών κατά το Α Τρίμηνο του 2020	39
Πίνακας 8: Ποσοστιαίες μεταβολές α Τρίμηνο 2020 με Α τρίμηνο 2021	41
Πίνακας 9: Στατιστικά στοιχεία για το έτος 2021 για επιχειρήσεις με 10 άτομα και πάνω	45
Πίνακας 10: Συχνότητα χρήσης Διαδικτύου	50
Πίνακας 11: Λόγοι χρήσης Διαδικτύου	52
Πίνακας 12: Εμπιστοσύνη στη χρήση του διαδικτύου	53
Πίνακας 13: Φύλο συμμετεχόντων	55
Πίνακας 14: Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων	56
Πίνακας 15: Εκπαιδευτικό Επίπεδο συμμετεχόντων	58
Πίνακας 16: Ηλικία συμμετεχόντων	60
Πίνακας 17: Επαγγελματική Κατάσταση συμμετεχόντων	62
Πίνακας 18: Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα Συμμετεχόντων	64
Πίνακας 19: Τρόποι πληρωμής Συναλλαγών Ηλεκτρονικού Εμπορίου	66
Πίνακας 20: Είδη προϊόντων μέσω διαδικτύου	68
Πίνακας 21: Στατιστικά στοιχεία αγορών μέσω του διαδικτύου	70
Πίνακας 22: Όγκο συναλλαγών μέσω του διαδικτύου	72
Πίνακας 23: Πρόθεση αγορών μέσω διαδικτύου μελλοντικά	74

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Γράφημα 1: Αριθμός επιχειρήσεων που ενισχύονται	25
Γράφημα 2: Αριθμός Νέων Επιχειρήσεων που ενισχύονται	25
Γράφημα 3: Συγκεντρωτικά Στοιχεία χρηματοδοτήσεων Ηλεκτρονικού εμπορίου	28
Γράφημα 4: Πράξεις χρηματοδότησης ανα Περιφέρεια	29
Γράφημα 5: Ποσοστιαία Κατανομή Πράξεων Χρηματοδότησης	30
Γράφημα 6: Συγκριτικά Στοιχεία Πληθυσμού χώρας 2011-2021	31
Γράφημα 7: Πληθυσμός Ανδρών Περιφέρειας Πελοποννήσου 2011-2021	32
Γράφημα 8: Πληθυσμός Γυναικών Περιφέρειας Πελοποννήσου 2011-2021	32
Γράφημα 9: Πληθυσμός Περιφερειακών Ενοτήτων 2011-2021	34
Γράφημα 10: Πληθυσμός Ανδρών 2011-2021 Περιφέρεια Πελοποννήσου	35
Γράφημα 11: Πληθυσμός Γυναικών Περιφέρεια Πελοποννήσου	35
Γράφημα 12: Ποσοστό Ηλεκτρονικών Αγορών Α Τρίμηνο 2021	37
Γράφημα 13: Ποσοστό ειδών ψηφιακής μορφής κατά το Α Τρίμηνο 2021	38
Γράφημα 14: Ποσοστό Υπηρεσιών Α Τρίμηνο 2020	40
Γράφημα 15: Δεδομένα Α τρίμηνο 2020 και Α τρίμηνο 2021	43
Γράφημα 16: Ποσοστιαία Μεταβολή Α τρίμηνο 2020 σε σχέση με Α τρίμηνο 2021	44
Γράφημα 17: Στοιχεία Επιχειρήσεων 2021	46
Γράφημα 18: Συχνότητα Χρήσης Διαδικτύου	51
Γράφημα 19: Ποσοστό χρήσης Διαδικτύου	51
Γράφημα 20: Λόγοι χρήσης του Διαδικτύου	52
Γράφημα 21: Ποσοστά Λόγων Χρήσης Διαδικτύου	53
Γράφημα 22: Εμπιστοσύνη αγορών διαδικτύου	54

Γράφημα 23: Ποσοστά εμπιστοσύνης διαδικτύου	54
Γράφημα 24: Φύλο που σχετίζεται με τις αγορές στο διαδίκτυο	55
Γράφημα 25: Ποσοστό φύλου που σχετίζεται με τις αγορές στο διαδίκτυο.....	56
Γράφημα 26: Οικογενειακή Κατάσταση	57
Γράφημα 27: Ποσοστό Οικογενειακής Κατάστασης	57
Γράφημα 28: Εκπαιδευτικό Επίπεδο	59
Γράφημα 29: Ποσοστά Εκπαιδευτικού Επιπέδου	60
Γράφημα 30: Επαγγελματική Κατάσταση Συμμετεχόντων.....	63
Γράφημα 31: Ποσοστά Επαγγελματικής Κατάστασης.....	64
Γράφημα 32: Οικογενειακό Εισόδημα.....	65
Γράφημα 33: Ποσοστό Οικογενειακού Εισοδήματος.....	65
Γράφημα 34: Τρόποι Πληρωμής	67
Γράφημα 35: Ποσοστά Τρόπων Πληρωμής	68
Γράφημα 36: Προτιμήσεις συμμετεχόντων	69
Γράφημα 37: Ποσοστά προτιμήσεων συμμετεχόντων.....	70
Γράφημα 38: Πορεία αγορών στο διαδίκτυο.....	71
Γράφημα 39: Ποσοστό αγορών κατά τη διάρκεια της πανδημίας.....	72
Γράφημα 40: Αριθμός Συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου	73
Γράφημα 41: Ποσοστό συναλλαγών διαδικτύου	73
Γράφημα 42: Συνέχιση αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου.....	74
Γράφημα 43: Ποσοστό μελλοντικών συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου	75

ΠΗΓΕΣ:

1. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου
<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%97%CE%BB%CE%B5%CE%BA%CF%84%CF%81%CE%BF%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CE%B5%CE%BC%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%B9%CE%BF>
2. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου <https://ecommerce-platforms.com/el/glossary/ecommerce>
3. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>
4. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου
<https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>
5. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου <https://www.britannica.com/technology/e-commerce>
6. Ορισμός ηλεκτρονικού εμπορίου <https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce>
7. Ιστορική αναδρομή του ηλεκτρονικού εμπορίου
<https://www.ethnos.gr/Economy/article/147641/hlektronikoemporioayxhthhkesthnelladakata3525to2020>
8. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.ot.gr/2021/05/13/oikonomia/delphi-forum-to-ilektroniko-emporio-diplasiastike-stin-ellada-mesa-se-ena-xrono>
9. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.imerisia.gr/ilektroniko-emporio>
10. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.kathimerini.gr/economy/561512356/protathlitria-sto-ilektroniko-emporio-i-ellada-stin-eyropi/>
11. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/ilektroniko-emporio-polisis-14-dis-evro-to-2021-ti-agorasame-stin-ellada-vid/>
12. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.greekecommerce.gr/category/ereynes-gia-ellada/>
13. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.euro2day.gr/news/economy/article/2113536/hronia--rekor-to-2021-gia-to-hlektroniko-emporio-s.html>

14. Αύξηση στη χρήση ηλεκτρονικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της πανδημίας
<https://www.ethnos.gr/Economy/article/142633/koronoiosereynaenisxymenotohlektronikoemporio>
15. Η επίδραση της πανδημίας του κορονοϊού στο ηλεκτρονικό εμπόριο της Ελλάδας:
https://www.huffingtonpost.gr/entry/e-epidrase-tes-pandemias-toe-koronoioe-sto-ilektroniko-emporio-tes-elladas_gr_5e846510c5b6871702a76151
16. Ερευνα: Πώς η πανδημία εκτόξευσε το ηλεκτρονικό εμπόριο:
<https://www.newmoney.gr/roh/palmos-oikonomias/epixeiriseis/erevna-pos-i-pandimia-ektoxefse-to-ilektroniko-emporio/>
17. Ερευνα: Πώς η πανδημία εκτόξευσε το ηλεκτρονικό εμπόριο:
https://www.businessdaily.gr/diethni/57280_emporikes-synallages-ekatontadon-dis-mesa-apo-ta-koinonika-diktya
18. Ποιες είναι οι κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου και σε τι διαφέρουν;;
<https://www.appgene.net/blog/katigories-ilektronikou-emporiou/>
19. Ηλεκτρονικό εμπόριο: οφέλη και κίνδυνοι: https://www.eurolife.gr/el-GR/Blog/articles/20210728_asfaleia_cyber_hlektroniko_emporio
20. Τυπικοί ηλεκτρονικού εμπορίου: μια γενική επισκόπηση:
<https://www.appgene.net/blog/tipoi-ilektronikou-emporiou/>
21. Είδη Ηλεκτρονικού Εμπορίου: <https://e-emporio.weebly.com/epsilon943deltaeta-etambdaepsilonkappataurhoomicronnuiotakappaomicron973-epsilonmupiomicronrho943omicronupsilon.html>
22. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ήρθε για να μείνει:
<https://www.insider.gr/eidiseis/137910/ilektroniko-emporio-irthe-gia-na-meinei>
23. Ηλεκτρονικό Εμπόριο: : <https://www.kathimerini.gr/tag/ilektroniko-emporio/>
24. Σε ανάκαμψη το ηλεκτρονικό εμπόριο -Τι ψωνίζουν οι Έλληνες από το Ιντερνετ
<https://www.iefimerida.gr/news/269510/se-anakampsi-ilektroniko-emporio-ti-psonizoyn-oi-ellines-apo-internet-lista>
25. Το ηλεκτρονικό εμπόριο στις τουριστικές επιχειρήσεις:
<https://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/13399/file0.pdf?sequence=2>
26. 1 στους 5 Έλληνες on-line αγοραστές αγοράζει και τρόφιμα μέσω ηλεκτρονικών σουπερμάρκετ.: <http://www.ielka.gr/?p=1802>

27. Αυξάνεται το μέγεθος του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα: <https://www.e-kyklades.gr/travel/tourism?regionCd=&categoryid=&articleid=25668&lang=el>

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΣΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΑΥΤΗΣ ΣΕ ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ. (2019-2020).

1. https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2019/07/European_Ecommerce_report_2019_freeFinal-version.pdf
2. <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>
3. <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/europe>
4. <https://www.postnord.se/siteassets/pdf/rapporter/e-commerce-in-europe-2020.pdf>
5. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20211228-1>
6. https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=isoc_e_cvd&lang=en
7. https://www.retail-index.com/E-CommerceRetail.aspx?gclid=Cj0KQCQjwuaiXBhCCARIsAKZLt3kkLaCgeUgnL1u9pp1BJl0zm226AR5PYi6jT9iUVGsoXJmjP6TfaH0aAkVxEALw_wcB
8. <https://retailx.net/product/europe-2020/>
9. <https://www.sendcloud.com/ecommerce-statistics/>
10. <https://ecommerce-europe.eu/publication/2021-european-e-commerce-report-light-version/>
11. [file:///C:/Users/oem/Dropbox/My%20PC%20\(DESKTOP-QUPNCBF\)/Downloads/eu_ecommerce_baseline_report.pdf](file:///C:/Users/oem/Dropbox/My%20PC%20(DESKTOP-QUPNCBF)/Downloads/eu_ecommerce_baseline_report.pdf)
12. <https://www.retailresearch.org/online-retail.html>
13. https://www.reportlinker.com/market-report/E-Commerce/510738/E-Commerce?term=e-commerce%20statistics&matchtype=b&loc_interest=&loc_physical=1007501&utm_term=e-commerce%20statistics&utm_campaign=transactionnel1&utm_source=google&utm_medium=ppc&hsa_acc=9351230540&hsa_cam=15072746546&hsa_grp=131203488438&

[hsa ad=565342526840&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-1478922154956&hsa_kw=e-commerce%20statistics&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwuiX BhCCARIsAKZLt3mxeySBQEWp8359ROZs47LIRUxBUGR4Gvg43ELE HACeONi9SPEP5QaA nicEALw wcb](https://hsa.ad=565342526840&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-1478922154956&hsa_kw=e-commerce%20statistics&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gclid=Cj0KCQjwuiX BhCCARIsAKZLt3mxeySBQEWp8359ROZs47LIRUxBUGR4Gvg43ELE HACeONi9SPEP5QaA nicEALw wcb)

14. <https://ecommercegermany.com/blog/key-takeaways-from-e-commerce-region-report-europe-2020>
15. https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sts_trtu_a&lang=en
16. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/14245712/4-04022022-AP-EN.pdf/a2b58a6b-3a40-e22f-e8a5-fd9e6713efbe>
17. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10663810/4-05102020-AP-EN.pdf/f35894fa-382a-3b54-1029-70cc146d21ed>
18. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/14829749/4-06072022-AP-EN.pdf/6ba569f1-ab1f-ec86-9521-39a628253e6d>
19. <https://www.ekathimerini.com/economy/1176868/popularity-of-e-shopping-going-strong/>
20. <https://www.greekecommerce.gr/ereynes-gia-ellada/eurostat-finds-that-online-shopping-has-become-even-more-popular-in-2020/>
21. https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sts_trtu_a&lang=en
22. https://ec.europa.eu/eurostat/documents/portlet_file_entry/2995521/4-04022021-AP-EN.pdf/5c7d752c-304e-ec0b-8e24-8afbe0a1df96
23. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/11061414/4-06072020-BP-EN.pdf/422a2c72-8de7-2bb6-2cd6-1829711add76>
24. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/10294820/4-06052020-AP-EN.pdf/f1cfda40-fe3f-4d21-e8ae-e8821001f3fb>
25. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_04102021_REP_GR.pdf
26. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_01042022_REP_GR.pdf
27. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_01072022_REP_GR.pdf
28. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_01032022_REP_GR.pdf
29. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_04032020_REP_GR.pdf

30. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_01122021_REP_GR.pdf
31. http://iobe.gr/docs/events/PRE_30032021_PRS_GR.pdf
32. http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q1_2121_PRE_GR.pdf
33. http://iobe.gr/docs/situation/BCS_02082021_REP_GR.pdf
34. http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_22032021_PRE_GR.pdf
35. http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q1_2020_PRE_GR.pdf
36. http://iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_2019_REP_GR.pdf
37. <https://eese.gr/kyklos-ergasion-sto-lianiko-emporio-to-2020-oxynsi-kladikon-anisotiton/>
38. <https://eese.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2020-oi-protaseis-gia-tin-epomeni-mera-tis-pandimias/>
39. <https://commerce-coronacrisis.eese.gr/i-poreia-toy-lianikoy-emporioy-tin-periodo-toy-covid-19-mia-proti-apotimisi/>
40. <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2020/?cn-reloaded=1>
41. https://www.imerisia.gr/epiheiriseis/7509_eese-oxynsi-ton-kladikon-anisotiton-sto-lianemporio-2020
42. <https://www.enikonomia.gr/economy/eese-oi-epicheiriseis-lianikou-emporioy-tha-exantlisoun-tis-dynat/302561/>
43. https://www.eese-digital.gr/dist/Etisia_%CE%95kthesi_2020.pdf
44. <https://www.fpress.gr/tehnologia/story/67863/eese-sta-15-dis-eyro-o-tziros-toy-ilektronikoy-emporioy-to-2020>
45. <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1711326/sta-10-dis-euro-i-zimia-gia-to-emporio-to-2020>
46. <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1711326/sta-10-dis-euro-i-zimia-gia-to-emporio-to-2020>
47. <https://eese.gr/to-e-lianiko-kai-oi-pragmatikes-anagkes-ton-epicheiriseon-sto-ilektroniko-emporio/>

48. <https://commerce-coronacrisis.esee.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2020-oi-protaseis-gia-tin-epomeni-mera-tis-pandimias/>
49. <https://esee.gr/o-koronoios-leitoyrgise-sto-lianemporio-os-epitachyntis/>
50. <https://m.naftemporiki.gr/story/1867195/esee-xartografontas-to-mellon-tou-emporiou>
51. <https://www.fpress.gr/katanalotis/story/82861/hlektroniko-emporio-poliseis-14-dis-eyro-mesa-sto-2021-poies-epixeiriseis-vriskontai-stin-koryfi>
52. <https://www.fpress.gr/epixeiriseis/story/82148/to-20-ton-epixeiriseon-ekanan-poliseis-il-emporioy-poy-eftasan-to-1-toy-tziroy-toys-to-2020>
53. <https://www.fpress.gr/katanalotis/story/75253/epitropi-antagonismoy-ekthesi-gia-toys-kindynoys-se-varos-katanaloton-apo-to-ilektroniko-emporio>
54. <https://www.forin.gr/articles/article/44582/esee-oksunsh-twn-kladikwn-anisothtwn-sto-lianiko-emporio-to-2020>
55. <http://www.ielka.gr/?p=2760>
56. <http://www.ielka.gr/?p=3029>
57. <https://www.fortunegreece.com/article/elstat-ptosi-tzirou-45-dis-evro-to-2020-sto-lianemporio-pii-kladi-antexan/>
58. <http://www.ielka.gr/?p=2720>
59. <http://www.ielka.gr/?p=2887>
60. <http://www.ielka.gr/?p=2742>
61. <http://www.ielka.gr/?p=2793>
62. <https://www.capital.gr/oikonomia/3457974/ielka-1-stous-2-xristes-diadiktuou-pleon-agorazoun-sustimatika-online>
63. <https://www.capital.gr/epixeiriseis/3560596/ielka-2-stous-3-agorastes-e-supermarket-uiothetise-tis-ilektronikes-agores-tin-periodo-tou-lockdown>
64. <https://www.forin.gr/articles/article/44225/ielka-diathrhsh-twn-ruthmwn-anaptukshs-tou-2020-epidiwkoun-oi-alusides-souper-market-gia-to-2021>

65. <https://www.ethnos.gr/greece/article/98693/ielkaopaokoronoiosefereayxhtikestaseisstisonlineagores>
66. <https://eclass.uop.gr/modules/document/file.php/DS111/%CE%94%CE%B9%CE%B1%CE%BB%CE%AD%CE%BE%CE%B5%CE%B9%CF%82/Mathima%201o.pdf>
67. <https://www.investopedia.com/terms/e/ecommerce.asp>