

ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

«Διερεύνηση των λόγων και της συχνότητας χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τα ελληνικά νοικοκυριά»

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΧΑΛΙΚΙΑΣ ΜΙΛΤΙΑΔΗΣ

ΕΡΕΥΝΗΤΕΣ:

ΜΙΤΖΑΛΗ ΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ-ΧΡΙΣΤΙΝΑ, Α.Μ: 7944

ΠΕΤΡΙΔΟΥ ΜΑΡΙΑ, Α.Μ: 7962

Στόχοι Εργασίας

- ❖ Διασάφηση της έννοιας του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (E-Commerce)
- ❖ Κατανόηση της χρήσης του Διαδικτύου και του E-Commerce από τα Ελληνικά νοικοκυριά
- ❖ Προσδιορισμός της Ελληνικού Εμπορίου
- ❖ Διερεύνηση των λόγων και της συχνότητας χρήσης του E-Commerce από τα ελληνικά νοικοκυριά

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο



Πώληση ή η αγορά αγαθών ή υπηρεσιών, είτε μέσω επιχειρήσεων, νοικοκυριών, ιδιωτών ή ιδιωτικών οργανισμών, μέσω ηλεκτρονικών συναλλαγών από το Διαδίκτυο ή άλλων δικτύων με μεσολάβηση ηλεκτρονικών υπολογιστών (ηλεκτρονική επικοινωνία).

Ο όρος καλύπτει την παραγγελία αγαθών και υπηρεσιών που αποστέλλονται μέσω δικτύων υπολογιστών, αλλά η πληρωμή και η τελική παράδοση τους μπορεί να πραγματοποιείται είτε on-line είτε off-line.

Τα είδη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου



- Customer to Customer (C2C)
- Customer to Business (C2B)



- Business to Business (B2B)
- Business to Customer (B2C)



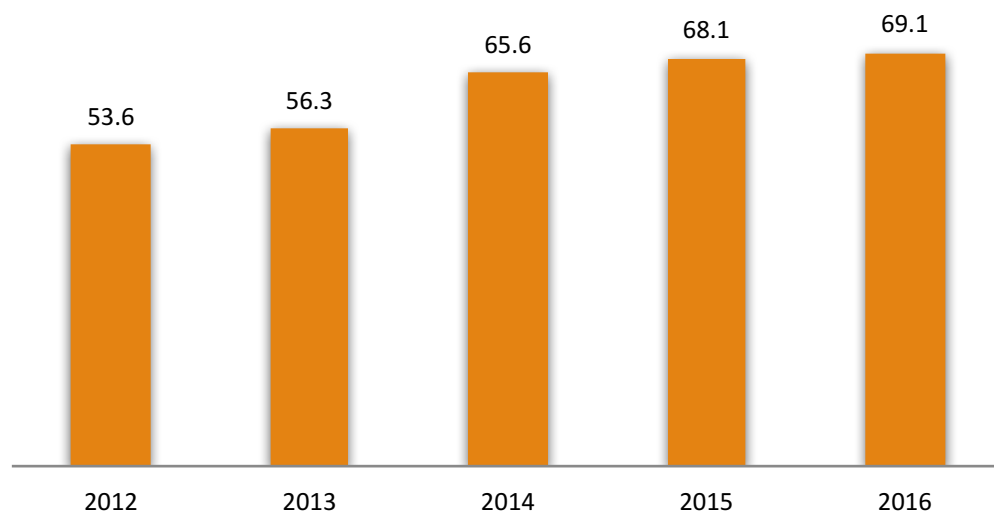
- Customer to Government (C2G)
- Business to Government (B2G)
- Government to Citizen (G2C)



Mobile Commerce
(m-Commerce)

Χρήση του Διαδικτύου στην Ελλάδα

Νοικοκυριά με πρόσβαση στο Διαδίκτυο από την κατοικία 2012-2016

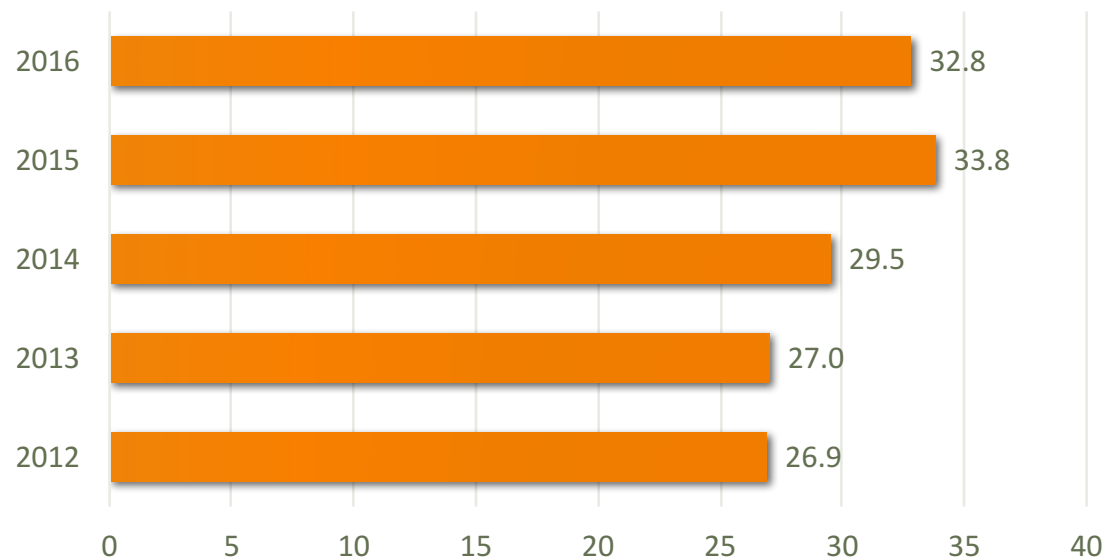


ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΚΑΤΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ 2016

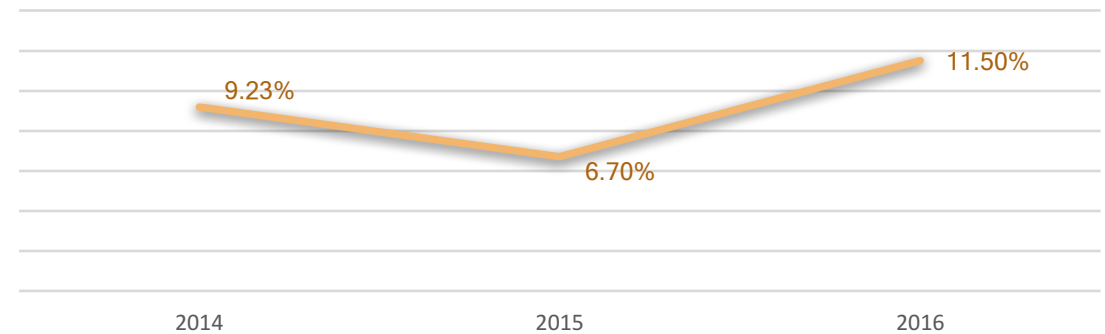
	16-24 ετών	25-34 ετών	35-44 ετών	45-54 ετών	55-64 ετών	65-74 ετών
Κάθε ημέρα ή σχεδόν κάθε μέρα	94,7%	87,9%	80,4%	73,7%	71,7%	74,4%
Τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα	4,9%	10,8%	13,2%	20,6%	19,9%	14,0%
Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα	0,4%	1,3%	6,4%	5,7%	8,4%	11,6%

Πραγματοποίηση Ηλεκτρονικών Αγορών στην Ελλάδα

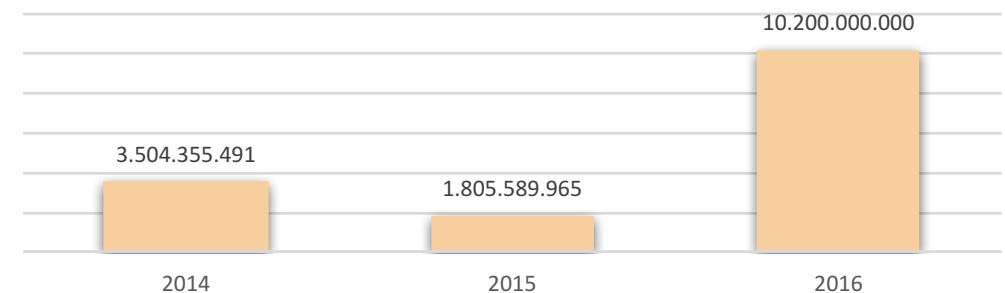
Ποσοστό πληθυσμού 16-74 ετών που πραγματοποίησε ηλεκτρονικές αγορές 2012-2016



Παραγγελίες μέσω ιστοσελίδας

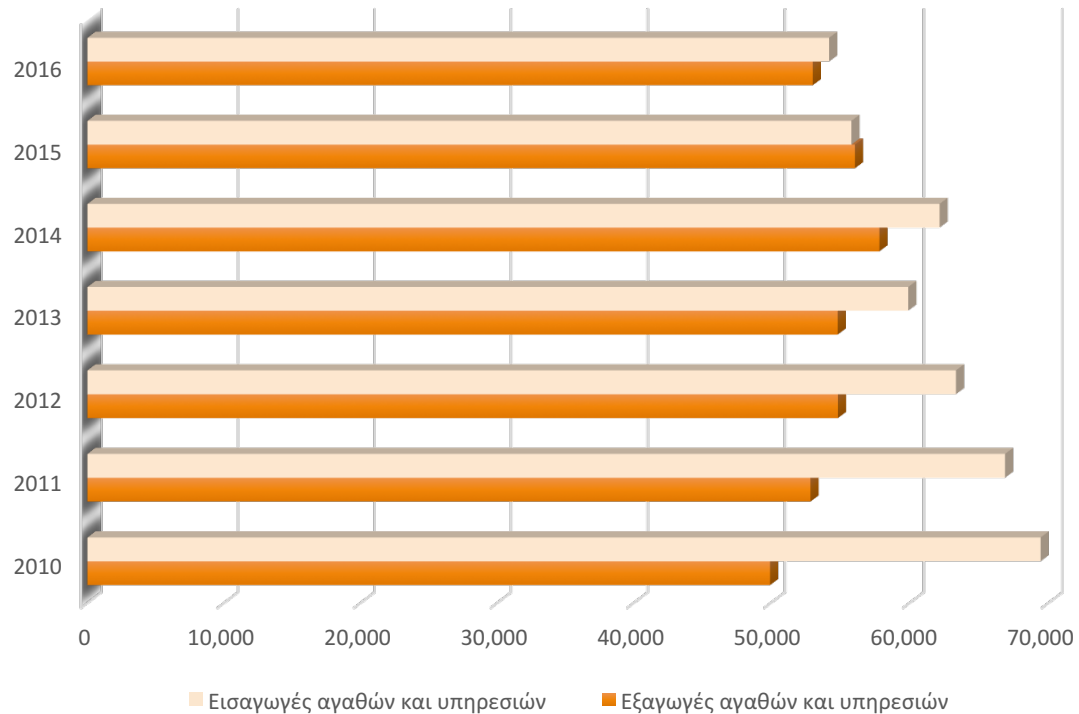


Τζίρος



Το Ελληνικό Εμπόριο

Εισαγωγές - Εξαγωγές σε τρέχουσες τιμές,
2010-2016



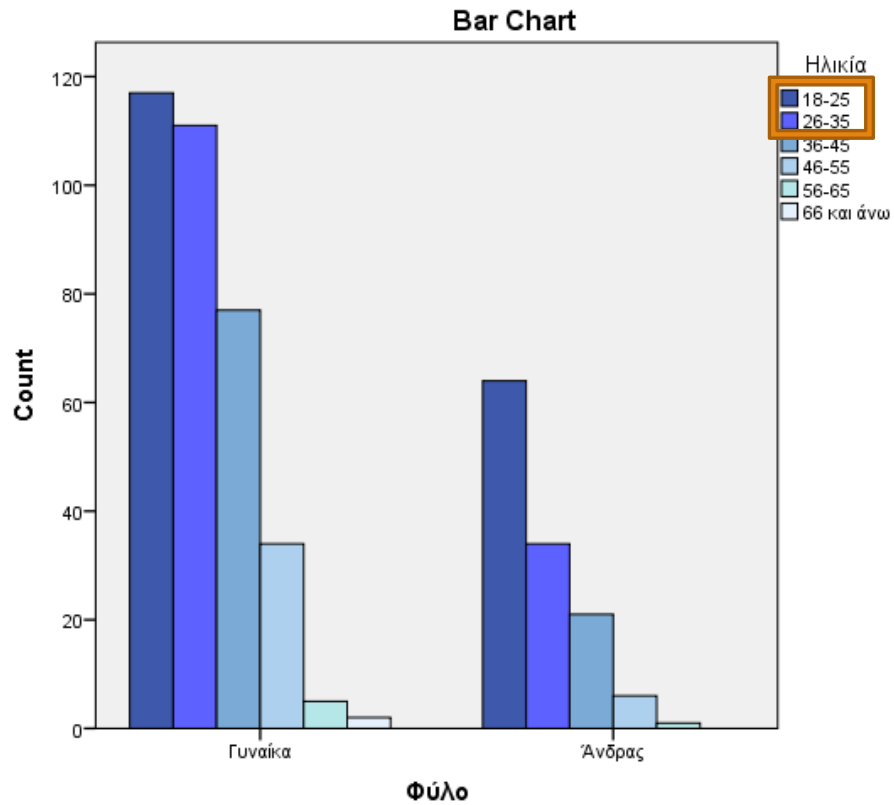
ΠΛΗΘΟΣ ΕΓΓΡΑΦΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Κλάδος Δραστηριότητας	Αριθμός εγγραφών Ιούνιος 2016	Αριθμός εγγραφών Ιούνιος 2017
Δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης	90	89
Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο οχημάτων και μοτοσικλετών	109	70
Άλλες δραστηριότητες παροχής προσωπικών υπηρεσιών	40	43
Εκπαίδευση	22	32
Δραστηριότητες συναφείς προς τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες και τις ασφαλιστικές δραστηριότητες	73	31
Δραστηριότητες κεντρικών γραφείων - δραστηριότητες παροχής συμβουλών διαχείρισης	34	28
Διαχείριση ακίνητης περιουσίας	13	17
Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες	17	16
Αθλητικές δραστηριότητες και δραστηριότητες διασκέδασης και ψυχαγωγίας	7	15
Χερσαίες μεταφορές και μεταφορές μέσω αγωγών	8	14
ΣΥΝΟΛΟ	323	266

Μεθοδολογία Έρευνας

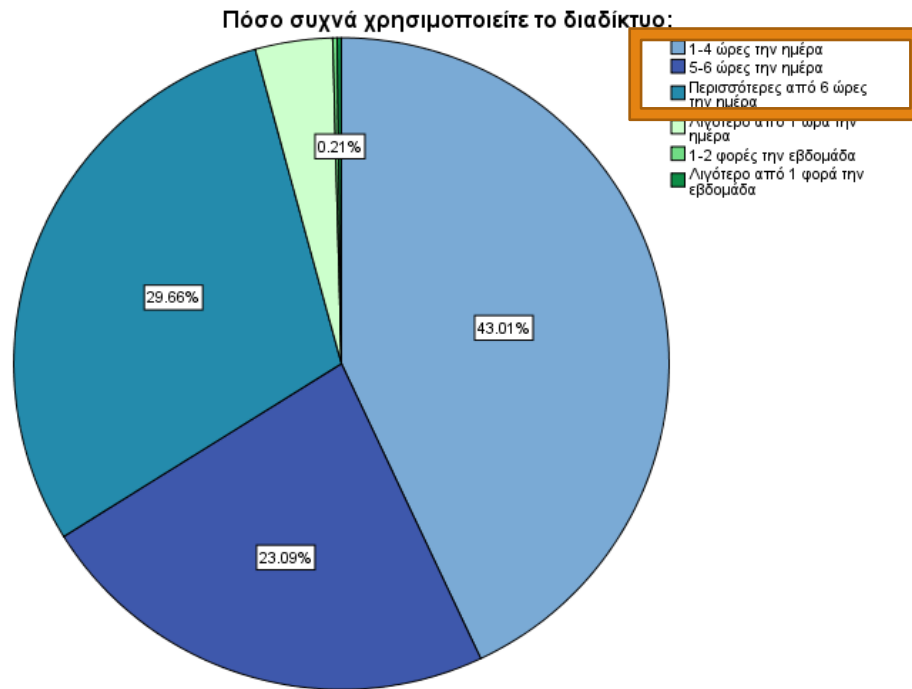
- ❖ **Δημιουργία ερωτηματολογίου** σε ηλεκτρονική μορφή με σκοπό την κατανόηση των λόγων και τη συχνότητα χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τα ελληνικά νοικοκυριά.
- ❖ **Μέθοδος τυχαίας δειγματοληψίας** εφόσον σκοπός μας ήταν να εξετάσουμε έναν τυχαίο πληθυσμό και όχι ένα συγκεκριμένο μέρος του πληθυσμού.
- ❖ **Διαμοιρασμός** μέσω Social Media
- ❖ **Συλλογή** 472 ερωτηματολογίων
- ❖ Ανάλυση αποτελεσμάτων με **SPSS Statistics** και Microsoft Excel

Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής

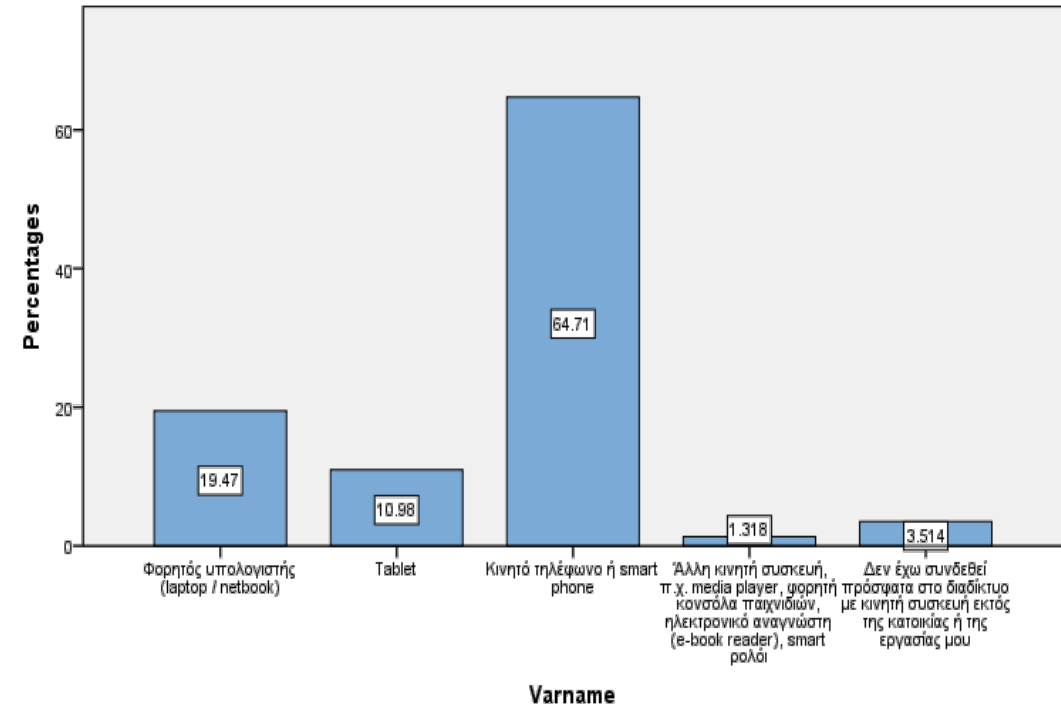


Μορφωτικό επίπεδο				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Δεν έχω τελειώσει το Δημοτικό	1	.2	.2	.2
Απόφοιτος Δημοτικού	3	.6	.6	.8
Απόφοιτος Γυμνασίου	9	1.9	1.9	2.8
Απόφοιτος Λυκείου	152	32.2	32.2	35.0
Απόφοιτος ΑΕΙ/ΤΕΙ/ΙΕΚ	245	51.9	51.9	86.9
Κάτοχος Μεταπτυχιακού/Διδακτορικού	62	13.1	13.1	100.0
Total	472	100.0	100.0	

Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής

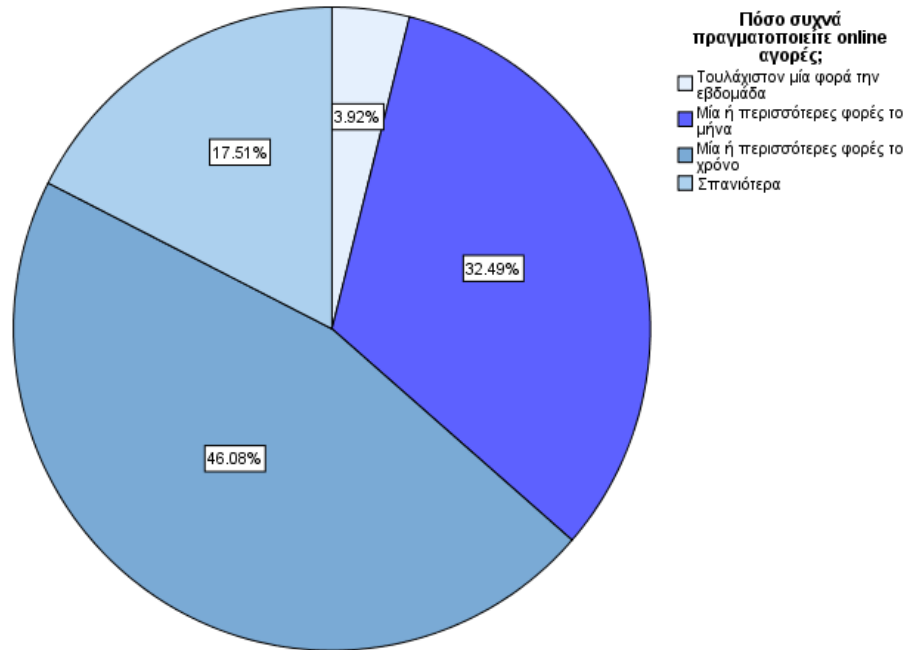


Έχετε χρησιμοποιήσει πρόσφατα κάποια από τις παρακάτω κινητές συσκευές για να συνδεθείτε στο διαδίκτυο εκτός της κατοικίας ή της εργασίας σας;



Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής

Πόσο συχνά πραγματοποιείτε online αγορές; (Valid Percent)



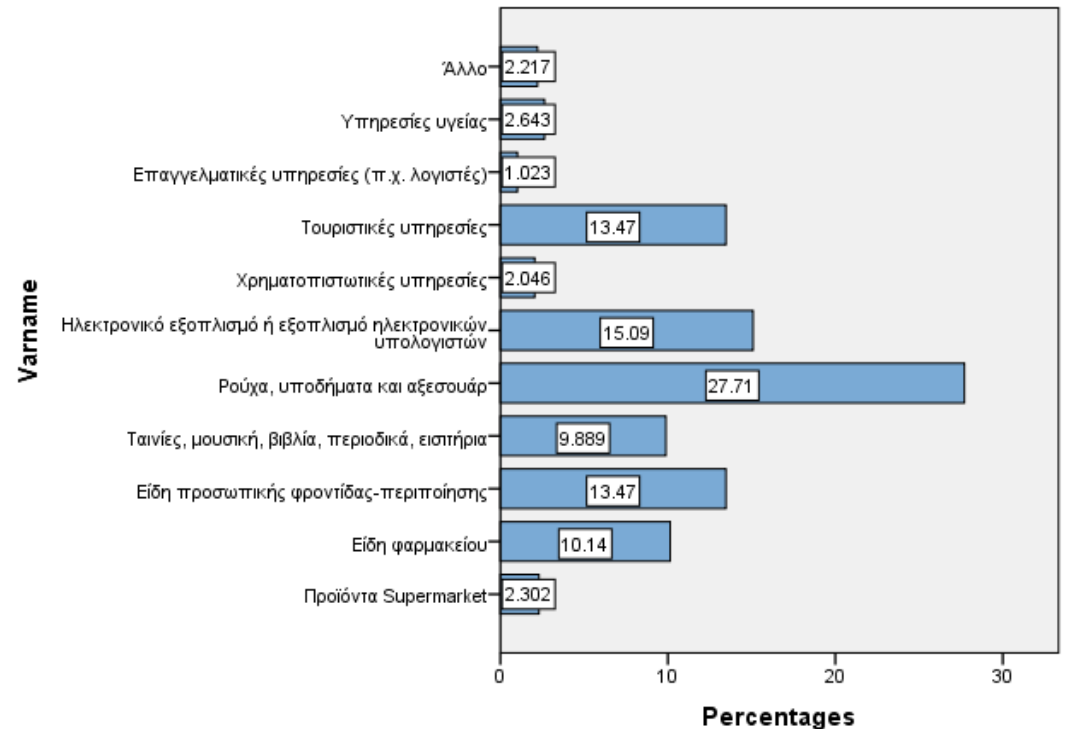
Εάν ΔΕΝ πραγματοποιείτε online αγορές, παρακαλούμε αναφέρετε για ποιους από τους παρακάτω λόγους.				
		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
Λόγοι μη πραγματοποίησης online αγορών ^a	Είναι δύσκολο να πραγματοποιηθεί αγορά online	9	8.4%	9.7%
	Δεν εμπιστεύομαι τις online αγορές	59	55.1%	63.4%
	Έχω ακούσει άσχημα σχόλια για online αγορές	6	5.6%	6.5%
	Δεν βρίσκω αυτό που ψάχνω	13	12.1%	14.0%
	Δεν έχω πρόσβαση στο ίντερνετ	4	3.7%	4.3%
	Δεν ξέρω να πραγματοποιώ online αγορές	16	15.0%	17.2%
Total		107	100.0%	115.1%

Αποτελέσματα Επαγωγικής Στατιστικής

Γιατί προτιμάτε τις online αγορές;

- το 32,1% λόγω χαμηλότερου κόστους
- το 22,9% λόγω μεγάλης ποικιλίας επιλογών
- το 22,3% λόγω εξοικονόμησης χρόνου
- το 15,8% λόγω άνεσης και ευελιξίας
- το 3,2% υποστήριξε ότι online είναι πιο διασκεδαστική μέθοδος αγορών
- το 3,2% λόγω μυστικότητας και ιδιωτικότητας των αγορών
- και το 0,6% για κάποιο άλλο λόγο

Τι αγοράζετε συνήθως online;



Έλεγχος Γραμμικής Παλινδρόμησης

1. Συσχέτιση μεταξύ **συσκευών σύνδεσης** στο διαδίκτυο και **ενδιαφέροντος αγοράς μέσω internet**
2. Συσχέτιση **ποσού που δαπανάται** με διάφορους **παράγοντες προτίμησης** σε online αγορές
3. Συσχέτιση **ποσού που δαπανάται** σε online αγορές με το **φύλο**
4. Συσχέτιση **ποσού χρημάτων** που δαπανάται online αγορές ανάλογα με την **επαγγελματική κατάσταση**
5. Συσχέτιση **online αγοράς** προϊόντων – υπηρεσιών με την **ηλικία**, το **εισόδημα**, το **φύλο** και την **εκπαίδευση**
6. Συσχέτιση **λόγων προτίμησης** online αγορών σε σχέση με την **ηλικία** του χρήστη.
7. Συσχέτιση **συνολικής εκτιμώμενης ετήσιας αξίας** ηλεκτρονικών αγορών σε σχέση με το **οικογενειακό ετήσιο εισόδημα**

Ύπαρξη Συσχέτισης

1. Τα άτομα που συνδέονται από **κινητό/smartphone** είναι πολύ πιθανότερο να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικές αγορές σε σχέση με τα άτομα που συνδέονται από άλλες συσκευές.
2. Η **άμεση επιβεβαίωση της επιτυχής πληρωμής** σε κάθε ηλεκτρονική αγορά μέσω κάρτας και η **εμφάνιση των πληροφοριών στη γλώσσα του καταναλωτή** συνδέονται άμεσα με την εκτιμώμενη αξία των ηλεκτρονικών αγορών που πραγματοποιήθηκαν το τελευταίο έτος από τους ερωτώμενους.
3. Η **επαγγελματική κατάσταση** των ατόμων επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το αν εκείνα θα ξοδέψουν μεγαλύτερο ή μικρότερο ποσό του μισθού τους σε ηλεκτρονικές αγορές.
4. Το **μορφωτικό επίπεδο** επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τη συχνότητα πραγματοποίησης ηλεκτρονικών αγορών.
5. Η **άνεση και ευελιξία στην πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών** συνδέεται άμεσα με την **ηλικία** των καταναλωτών.
6. Η **εκτιμώμενη αξία των ηλεκτρονικών αγορών** των καταναλωτών συνδέεται άμεσα με το οικογενειακό ετήσιο εισόδημα τους.

Συμπεράσματα

- Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος φάνηκε να έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο επομένως να έχει και τη **δυνατότητα να πραγματοποιεί online αγορές** και μάλιστα σε όλο το φάσμα των αναγκών του.
- Οι ερωτηθέντες πραγματοποιούν αρκετά συχνά ηλεκτρονικές αγορές κάτι που υποδηλώνει ότι **εμπιστεύονται τον συγκεκριμένο τρόπο αγορών** → Εξοικονόμηση χρημάτων, χρόνου.
- **Απαιτητικό δείγμα ως προς τις παροχές του** → Σαφή περιγραφή του προϊόντος που θα αγοράσει αλλά και επιβεβαίωση της αγοράς του στην περίπτωση που πληρώσει με κάρτα.
- Ένα **μικρό μέρος** του δείγματος φαίνεται ότι δεν έχει πρόσβαση στο διαδίκτυο → **Δεν πραγματοποιεί αγορές.**
- Το ποσοστό αυτό είναι μηδαμινό και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να χαρακτηρίσει τη συνολική έρευνα.

Συμπεράσματα

- ❖ Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ο πλέον σύγχρονος τρόπος απόκτησης αγαθών
- ❖ Ο κόσμος δείχνει να τον αποδέχεται και να τον ενστερνίζεται στην καθημερινότητά του
- ❖ Η Ελληνική Κοινωνία ακολουθεί τις νέες τάσεις του εμπορίου ακόμη και σε δύσκολες περιόδους
- ❖ Η συνεχής αύξηση δημιουργίας νέων e-shops δείχνει ότι το E-Commerce θα συνεχίσει να αναπτύσσεται στην Ελλάδα

ΕΥΧΑΡΙΣΤΟΥΜΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΟΧΗ ΣΑΣ!