

«Γίνε Γατόνι στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο»
Δράση της Υπηρεσίας Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος και της
Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας για ασφαλείς
συναλλαγές στο ηλεκτρονικό εμπόριο

Πραγματοποιήθηκε χθες 26 Αυγούστου στο Υπουργείο Προστασίας του Πολίτη Συνέντευξη Τύπου στην οποία παρέστησαν ο Υπουργός Προστασίας του Πολίτη κ. Γιάννης Πανούσης, ο Αρχηγός της Ελληνικής Αστυνομίας Αντιστράτηγος κ. Δημήτριος Τσακνάκης, ο Διευθυντής της Διεύθυνσης Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της Ελληνικής Αστυνομίας Υποστράτηγος κ. Μανώλης Σφακιανάκης, ο Γενικός Γραμματέας Δημόσιας Τάξης κ. Δημήτριος Αναγνωστάκης και ο Πρόεδρος της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας κ. Βασίλης Κορκίδης. Αντικείμενο της Συνέντευξης Τύπου ήταν **η Καμπάνια «FeelSAFE» που διοργανώνουν από κοινού Υπουργείο και ΕΣΕΕ και η οποία αφορά στην ευαισθητοποίηση εμπόρων και καταναλωτών γύρω από τους κινδύνους που αντιμετωπίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο.** Η έναρξη της καμπάνιας θα δοθεί στη ΔΕΘ στο ειδικά διαμορφωμένο περίπτερο της Ελληνικής Αστυνομίας όπου θα ενημερώνονται καταναλωτές και επιχειρηματίες για την ηλεκτρονική εφαρμογή FeelSAFE. Ο κ. Πανούσης ευχαρίστησε τη Δ/ση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος και συνεχάρη τους εμπλεκόμενους για την πρωτότυπη και χρήσιμη καμπάνια που προωθούν. Ο κ. Σφακιανάκης αναφέρθηκε στο τρίπτυχο της πάταξης του ηλεκτρονικού εγκλήματος - *ασφαλέστερη συναλλαγή, εξάλειψη κινδύνου, πάταξη φοροδιαφυγής* – και διαβεβαίωσε για την επιχειρησιακή ετοιμότητα της Διεύθυνσης για την αντιμετώπιση των οποιωνδήποτε απειλών.

Ο κ. Κορκίδης, από τη δική του πλευρά, στην εισήγησή του έδωσε έμφαση στην περιγραφή της τρέχουσας κατάστασης της ψηφιακής οικονομίας στην ελληνική αγορά, επισημαίνοντας τους λόγους για τους οποίους η καμπάνια «FeelSAFE» είναι καθοριστική για την ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση επιχειρηματιών και καταναλωτών. Πολύ πιο συγκεκριμένα ο Πρόεδρος της ΕΣΕΕ, αναφερόμενος στα δεδομένα της ψηφιακής οικονομίας σε ευρωπαϊκό επίπεδο, έδωσε κάποια εύγλωττα στοιχεία τα οποία (επισυνάπτονται). Επιπλέον ενημέρωσε ότι η ΕΣΕΕ θα αναλάβει δράση για επόμενες ενέργειες προς όφελος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με τη χρήση τεχνολογιών αναφορικά με SMEs clouding (υπολογιστικό νέφος).

Ο κ. Κορκίδης προέβη στην ακόλουθη δήλωση:

«...Οι εξελίξεις του τελευταίου διμήνου ανέδειξαν την ανάγκη περαιτέρω διάδοσης της χρήσης πιστωτικών καρτών και ηλεκτρονικών συναλλαγών. Τα στοιχεία που παρουσιάσαμε δείχνουν ότι η διασφάλιση ασφαλών ηλεκτρονικών συναλλαγών θα πρέπει να είναι βασική προτεραιότητα λόγω της επέκτασης των ηλεκτρονικών συναλλαγών και του ηλεκτρονικού εμπορίου και θα πρέπει να προχωρήσει άμεσα η συστηματική ενημέρωση επιχειρηματιών και καταναλωτών. Θέλω να ευχαριστήσω τον κ. Σφακιανάκη για την καλή διάθεση και τη συνεργασία, αλλά και για τα πολλά που έχουμε μάθει για τους κινδύνους που αντιμετωπίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο το τελευταίο διάστημα. Θέλω να ξεκαθαρίσω ότι η ανάπτυξη της «ψηφιακής οικονομίας» θα πρέπει να αποβεί προς όφελος της «πραγματικής» και όχι της «εικονικής» οικονομίας. Τα νέα ψηφιακά μέσα είναι ένα εργαλείο με το οποίο κάθε επιχειρηματίας πρέπει να είναι εξοικειωμένος. Είναι σαφές, ωστόσο, ότι η ευρηματικότητα του χρήστη ενός μέσου είναι που το καθιστά αποτελεσματικό και εν προκειμένω του εμπόρου σε σχέση με το εργαλείο του ηλεκτρονικού εμπορίου...»

Ενημερωτικό σημείωμα

1^ο ΘΕΜΑ: Αποτελέσματα Ετήσιας Έρευνας Ηλεκτρονικού Εμπορίου 2014-2015

Η αγορά Ηλεκτρονικού Εμπορίου εμφάνισε σημάδια βελτίωσης το 2014, αφού οι Έλληνες online καταναλωτές, **αύξησαν** περίπου κατά **10%** τον αριθμό των κατηγοριών που αγόρασαν online το 2014. Η ανάπτυξη είναι εμφανής και από τον αριθμό των online αγορών, αφού από μια αγορά ανά μήνα στη διάρκεια του 2013, η εν λόγω αναλογία αυξήθηκε σε τρεις αγορές ανά δίμηνο το 2014. Οι προβλέψεις για το 2015 είναι θετικές, από τη στιγμή που εκτιμάται πως 6 στους 10 online καταναλωτές θα αυξήσουν την αξία των online αγορών τους και μόνο 1 στους 10 θα προβούν σε μείωσή τους.

1α. Τα προϊόντα/ υπηρεσίες που έρχονται πρώτα στις προτιμήσεις των καταναλωτών (online αγορές) είναι:

- Οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες (**81%**)
- Η διαμονή σε καταλύματα (**69%**)
- Τα εισιτήρια για εκδηλώσεις (**69%**)
- Ο εξοπλισμός για Η/Υ (**68%**)
- Τα είδη ένδυσης/ υπόδησης (**59%**)
- Οι ηλεκτρονικές συσκευές / κινητά (**48%**)

1β. Οι κατηγορίες με την μεγαλύτερη αύξηση το 2014 (**+10%** όσον αφορά τα ποσοστά των online αγοραστών) είναι:

- Ταξιδιωτικές υπηρεσίες
- Εισιτήρια για εκδηλώσεις
- Ασφάλειες
- Παρα - φαρμακευτικά
- Είδη λιανεμπορίου / Super Markets

2. Η επιλογή ενός ηλεκτρονικού καταστήματος από τους καταναλωτές, επηρεάζεται από μία σειρά παραγόντων/κριτηρίων, κυριότερα εκ των οποίων είναι:

- Η ασφάλεια πληρωμών μέσω γνωστού φορέα (**44%**)
- Η άμεση εξυπηρέτηση, τόσο κατά τη διάρκεια όσο και μετά την πραγματοποίηση της αγοράς (**37%**)

- Η ταχύτητα και η ευκολία στην εύρεση και πλοήγηση των ζητούμενων προϊόντων και υπηρεσιών **(33%)**
- Η σαφής και ξεκάθαρη περιγραφή των όρων χρήσης, π.χ. επιστροφή προϊόντων **(33%)**
- Οι χαμηλές τιμές και προσφορές **(32%)**

3. Οι κυριότεροι προβληματισμοί των on-line αγοραστών, συνοψίζονται ως εξής:

- Τα έξοδα αποστολής αντιπροσωπεύουν συνήθως μεγάλο ποσοστό ως προς τη συνολική αξία του προϊόντος **(24% ή 1 στους 4 καταναλωτές)**
- Το ισχύον νομικό πλαίσιο δεν προστατεύει τον καταναλωτή σε περίπτωση που προκύψει κάποιο πρόβλημα με τη μεταφορά των προϊόντων **(20% ή 1 στους 5 καταναλωτές)**
- Καθυστέρηση στην αποστολή εμπορευμάτων ή μη τήρηση των υπεσχημένων χρονικών διοριών **(20% ή 1 στους 5 καταναλωτές)**
- Παραγγελία μικρής αξίας προϊόντων, υπό το φόβο ανάκυψης προβλημάτων κατά τη διάρκεια αποστολής τους **(19% ή 1 στους 5 καταναλωτές)**
- Εγείρονται ζητήματα ασφάλειας και προστασίας των προσωπικών δεδομένων του καταναλωτικού κοινού **(16% ή 1 στους 6 καταναλωτές)**

4. Οι επενδύσεις των επιχειρήσεων για το **digital marketing** δικαιολογούνται και από τις παρακάτω καταναλωτικές τάσεις των online αγοραστών:

- το **1/3** των online καταναλωτών ακολουθούν κάποια μάρκα προϊόντος στα social media
- **1** στους **5** αξιολογούν/ προτείνουν στους φίλους τους κάποιο προϊόν μέσω των social media
- **1** στους **4** είναι πιθανόν να αγοράσουν ένα προϊόν που ακολουθούν στα social media.

2^ο ΘΕΜΑ: Χρήσεις τεχνολογιών πληροφόρησης επικοινωνίας και ηλεκτρονικού εμπορίου - Α' Τρίμηνο 2014 –

A. Χρήσεις τεχνολογιών πληροφόρησης στις Επιχειρήσεις

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας για το έτος 2014, σε σύνολο **23.098** επιχειρήσεων, οι **20.756** επιχειρήσεις χρησιμοποίησαν Η/Υ, ποσοστό **89,86%**. Στους Η/Υ συμπεριλαμβάνονται οι προσωπικοί και φορητοί υπολογιστές, συσκευές μικρού μεγέθους (PDA) και έξυπνα κινητά τηλέφωνα (smartphones). Από τις **20.756** επιχειρήσεις που χρησιμοποίησαν Η/Υ, οι **20.578** επιχειρήσεις είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο, ποσοστό **89,09%** σε σχέση με το σύνολο των επιχειρήσεων. Επίσης, από αυτές, οι **14.287** είχαν δικό τους διαδικτυακό τόπο (website), ποσοστό **61,85%** σε σχέση με το σύνολο των επιχειρήσεων.

Πίνακας 1: Χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης στις επιχειρήσεις		
	2013	2014

Χρήση Η/Υ	90,39%	89,86%
Πρόσβαση & χρήση Διαδικτύου	87,30%	89,09%
Χρήση διαδικτυακού τόπου (website)	60,59%	61,85%

- Από τις **20.578** επιχειρήσεις που είχαν πρόσβαση στο διαδίκτυο, το έτος 2014, οι **20.022 (97,3%)** χρησιμοποίησαν σύνδεση DSL ή άλλο τύπο σταθερής ευρωζωνικής σύνδεσης με το διαδίκτυο (π.χ ADSL, SDSL, VDSL, FTTH – τεχνολογία οπτικών ινών, καλωδιακή τεχνολογία, Wi- Fi κλπ.).

Πίνακας 2: Ταχύτητα download (Α' Τρίμηνο 2014)	
Κάτω από 2 Mbit/sec	6,75%
Τουλάχιστον 2 Mbit/sec, αλλά κάτω από 10 Mbit/sec	34,89%
Τουλάχιστον 10 Mbit/sec, αλλά κάτω από 30 Mbit/sec	47,37%
Τουλάχιστον 30 Mbit/sec, αλλά κάτω από 100 Mbit/sec	8,34%
Τουλάχιστον 100 Mbit/sec,	2,64%

Πίνακας 3: Χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης στις επιχειρήσεις		
	2013	2014
Απασχολούμενοι που κάνουν χρήση Η/Υ	43,70%	45,17%
Απασχολούμενοι που έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο	36,82%	37,14%

Β. Υπηρεσίες Υπολογιστικού Νέφους στις Επιχειρήσεις

(CLOUD COMPUTING)

Το υπολογιστικό νέφος (cloud computing) αναφέρεται στις υπηρεσίες τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται μέσω διαδικτύου για την πρόσβαση σε λογισμικό, υπολογιστική δύναμη, χωρητικότητα αποθήκευσης κλπ. Αυτές οι υπηρεσίες έχουν τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Παραδίδονται από τους εξυπηρετητές (servers) των παρόχων της υπηρεσίας του υπολογιστικού νέφους
- Μπορούν εύκολα να ανέβουν ή να κατέβουν κλίμακα (π.χ. αριθμός χρηστών ή αλλαγή χωρητικότητας αποθήκευσης)

- Μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατόπιν παραγγελίας από τον χρήστη, τουλάχιστον μετά από την αρχική εγκατάσταση (χωρίς ανθρώπινη επαφή με τον πάροχο της υπηρεσίας)
- Είναι πληρωμένες, είτε ανά χρήστη, με βάση τη χρησιμοποιημένη χωρητικότητα, είτε είναι προπληρωμένες.

Το υπολογιστικό νέφος μπορεί να περιλαμβάνει συνδέσεις μέσω Εικονικών Ιδιωτικών Δικτύων (Virtual Private Networks). Ερωτήσεις σχετικά με το υπολογιστικό νέφος τέθηκαν στις επιχειρήσεις για **πρώτη φορά** για το έτος 2014.

- Από τις **20.578** επιχειρήσεις που απάντησαν ότι έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, οι **1.756** απάντησαν ότι αγόρασαν υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους, ποσοστό δηλαδή που ανέρχεται σε **8,54%**.

Πίνακας 4: Υπηρεσίες Cloud Computing (Α' Τρίμηνο 2014)	
E-mail	66,91%
Λογισμικό γραφείου	30,73%
Φιλοξενία της βάσης δεδομένων	36,14%
Αποθήκευση αρχείων	49,91%
Χρηματοοικονομικές ή λογιστικές εφαρμογές	32,43%
Εφαρμογές διαχείρισης σχέσεων πελατών	25,26%
Υπολογιστική δύναμη	26,39%

Βαθμός ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τη χρήση του υπολογιστικού νέφους (CLOUD COMPUTING).

Τα πλεονεκτήματα από τη χρήση των υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους συνοψίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

1. Μείωση του κόστους που σχετίζεται με τις τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας
2. Ευελιξία λόγω δυνατότητας αναπροσαρμογής των υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους
3. Εύκολη και γρήγορη ανάπτυξη λύσεων βάσει των υπηρεσιών του υπολογιστικού νέφους

Για την συγκεκριμένη κατηγοριοποίηση, οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να απαντήσουν σε ποιο βαθμό επωφελήθηκαν από τη χρήση του cloud computing, με την ανάλυση: «υψηλό βαθμό», «κάποιο βαθμό», «περιορισμένο βαθμό», «καθόλου».

Πίνακας 5.1: Μείωση του κόστους που σχετίζεται με τις τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας (Α' Τρίμηνο 2014)

Σε υψηλό βαθμό	18,12%
Σε κάποιο βαθμό	43,75%
Σε περιορισμένο βαθμό	27,75%
Καθόλου	10,38%
Πίνακας 5.2: Ευελιξία λόγω της δυνατότητας αναπροσαρμογής των υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους (Α' Τρίμηνο 2014)	
Σε υψηλό βαθμό	24,81%
Σε κάποιο βαθμό	53,68%
Σε περιορισμένο βαθμό	12,35%
Καθόλου	9,15%

Πίνακας 5.3: Εύκολη και γρήγορη ανάπτυξη βάσει των υπηρεσιών υπολογιστικού νέφους (Α' Τρίμηνο 2014)	
Σε υψηλό βαθμό	27,36%
Σε κάποιο βαθμό	46,37%
Σε περιορισμένο βαθμό	13,65%
Καθόλου	12,61%

ΜΗ ΧΡΗΣΗ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΙΚΟΥ ΝΕΦΟΥΣ (CLOUD COMPUTING)

- Από τις **20.578** επιχειρήσεις που απάντησαν ότι έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο, οι **18.822** απάντησαν ότι δεν αγόρασαν υπηρεσίες υπολογιστικού νέφους, ποσοστό δηλαδή που ανέρχεται σε **91,46%**. Σε σχετική ερώτηση για τους λόγους που εμπόδισαν την επιχείρηση από το να κάνει χρήση του cloud computing το μεγαλύτερο ποσοστό, **43,1%**, ήταν η μη επαρκής γνώση του υπολογιστικού νέφους.

Πίνακας 6: Λόγοι μη χρήσης υπολογιστικού νέφους (Α' Τρίμηνο 2014)	
Το ρίσκο παραβίασης ασφάλειας	26,26%
Η αβεβαιότητα για την τοποθεσία των δεδομένων	21,83%
Η αβεβαιότητα για το μηχανισμό επίλυσης διαφορών	19,61%
Το υψηλό κόστος αγοράς των υπηρεσιών	28,53%

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Με τον όρο «ηλεκτρονικό εμπόριο» εννοούμε την αποστολή ή τη λήψη παραγγελιών μέσω δικτύων υπολογιστών, αλλά και μέσω άλλων δικτύων, όπου η πληρωμή και η παράδοση δε γίνεται απαραίτητα ηλεκτρονικά. Το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να γίνει μέσω ιστοσελίδας (website) ή μεταξύ αυτόματης ανταλλαγής δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων. Παραγγελίες που λαμβάνονται μέσω δακτυλογραφημένων μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) δεν θεωρούνται ηλεκτρονικό εμπόριο. Στη θεματική αυτή ενότητα δεν ρωτούνται οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον χρηματοπιστωτικό τομέα.

Γ.1. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Είναι οι πωλήσεις που γίνονται μέσω ιστοσελίδας -ανεξάρτητα από το μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο ή μέσω μηνυμάτων τύπου EDI.

- Από τις **23.098** επιχειρήσεις που ερευνήθηκαν με συνολικό τζίρο **219.830.219.941** ευρώ, οι **2.132** απάντησαν ότι έλαβαν παραγγελίες μέσω ιστοσελίδας, ποσοστό **9,23%** (**2013: 9,12%**) και ο τζίρος από αυτές τις παραγγελίες ανήλθε σε **3.504.355.491** ευρώ, ποσοστό **1,59%** (**2013: 1,21%**) του συνολικού τζίρου.

Γ.2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Είναι οι αγορές που γίνονται μέσω ιστοσελίδας – ανεξάρτητα από το μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο ή μέσω μηνυμάτων τύπου EDI.

- Από τις **23.098** επιχειρήσεις που ερευνήθηκαν το 2014, οι **3.154** απάντησαν ότι έκαναν αγορές μέσω ιστοσελίδας, ποσοστό **13,66%** (**2013: 18,14%**).

3^ο ΘΕΜΑ: Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης & Επικοινωνίας από τα Νοικοκυριά (Α' Τρίμηνο 2014)

Νοικοκυριά

A. Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Η έρευνα: Διενεργήθηκε σε τελικό δείγμα 4.129 ιδιωτικών νοικοκυριών και σε ισάριθμα μέλη αυτών, σε ολόκληρη την Ελλάδα, με κριτήριο την ύπαρξη ενός, τουλάχιστον, μέλους ηλικίας 16 – 74 ετών σε κάθε νοικοκυριό.

- Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., ολοένα και διευρύνονται οι προτιμήσεις του καταναλωτικού προς τις υπηρεσίες που παρέχει το ηλεκτρονικό εμπόριο, καθώς **3** στους **10** χρήστες του διαδικτύου, ηλικίας 16-74 ετών, πραγματοποίησαν στο Α' τρίμηνο του 2014 κάποια ηλεκτρονική αγορά, παραγγελία αγαθών ή υπηρεσιών. Αναλυτικότερα, το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές στο Α' τρίμηνο του 2014 ανέρχεται στο **29,5%**, ποσοστό που υποδηλώνει αύξηση κατά **9,3%** σε σχέση με το Α' τρίμηνο του 2013.
- Όπως καταδεικνύουν τα σχετικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, καταγράφεται αύξηση στην πραγματοποίηση των αγορών μέσω του διαδικτύου, ενώ για το προηγούμενο έτος (2013) είχε καταγραφεί στασιμότητα. Την τελευταία τετραετία, το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που δηλώνουν ότι μέχρι και τον Μάρτιο, κάθε έτους, δεν έχουν πραγματοποιήσει ποτέ αγορές ή παραγγελίες αγαθών μέσω του διαδικτύου, από **70,9%** το 2010, συρρικνώθηκε στο **53,7%** το 2014 (μείωση **32,0%**).

Πίνακας 1: Ποσοστό (%) χρηστών διαδικτύου που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές						
2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
13,7%	16,2%	18,4%	23,6%	26,9%	27,0%	29,5%

- Αναλύοντας το προφίλ όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές/ παραγγελίες προκύπτει ότι, για το Α' τρίμηνο του 2014, το **53,3%** είναι άνδρες και το **46,7%** γυναίκες. Τα ποσοστά των γυναικών που πραγματοποιούν αγορές παρουσιάζουν σταδιακή αύξηση μεταξύ των ετών 2012 – 2014, και οι μεταξύ ανδρών και γυναικών αποκλίσεις σε ποσοστιαίες μονάδες υποχωρούν από **13,8%** σε **11,6%** και **6,6%**, αντίστοιχα.

Πίνακας 2: Ηλεκτρονικές αγορές με βάση το προφίλ των καταναλωτών (Άνδρες - Γυναίκες: Α' Τρίμηνο 2014)					
2012		2013		2014	
Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες	Άνδρες	Γυναίκες
56,9%	43,1%	55,8%	44,2%	53,3%	46,7%

- Το **29,4%** όσων πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 25 – 34 ετών, ενώ όσον αφορά στο μορφωτικό επίπεδο, οι χρήστες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι ΑΕΙ, ΑΕΙ ή με μεταπτυχιακές σπουδές) ανέρχονται στο **51,8%** και οι μέσου μορφωτικού επιπέδου (απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ινστιτούτων επαγγελματικής κατάρτισης) στο **38,7%**.

Πίνακας 3: Ηλεκτρονικές αγορές κατά ηλικιακή ομάδα (Α΄ Τρίμηνο 2014)					
16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
18,4%	29,4%	25,4%	18,4%	6,7%	1,7%

Πίνακας 4: Ηλεκτρονικές αγορές με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης (Α΄ Τρίμηνο 2014)		
Χαμηλό μορφωτικό επίπεδο	Μέσο μορφωτικό επίπεδο <i>(απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ινστιτούτων επαγγελματικής κατάρτισης)</i>	Υψηλό μορφωτικό επίπεδο <i>(απόφοιτοι ΑΤΕΙ, ΑΕΙ ή με μεταπτυχιακές σπουδές)</i>
9,5%	38,7%	51,8%

- **Αγοραζόμενα είδη και παραγγελίες**

(Απρίλιος 2013 - Μάρτιος 2014 / Απρίλιος 2012 - Μάρτιος 2013)

Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν ή παραγγέλθηκαν **περισσότερο** από το διαδίκτυο για προσωπική χρήση και παρουσίασαν σημαντική αύξηση κατά τη χρονική περίοδο Απριλίου 2013 – Μαρτίου 2014, σε σχέση με την αντίστοιχη χρονική περίοδο του προηγούμενου έτους, είναι:

- ✓ Φάρμακα, κατά **101,9%**,
- ✓ Είδη ένδυσης και υπόδησης – αθλητικά είδη, κατά **41,0%**,
- ✓ Εξαρτήματα και περιφερειακός εξοπλισμός (hardware) ηλεκτρονικού υπολογιστή, κατά **36,1%**,
- ✓ Ηλεκτρονικές συσκευές (βιντεοκάμερες, φωτογραφικές μηχανές, κινητά τηλέφωνα, τηλεοράσεις, DVDs κλπ.), κατά **24,9%**.

Τα είδη που οι αγορές / παραγγελίες τους κατέγραψαν **μείωση**, κατά την ίδια χρονική περίοδο, είναι:

- ✓ Υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης, κατά **42,9%**,

- ✓ Ταινίες, μουσική, κατά **34,5%**,
 - ✓ Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.), κατά **20,4%**,
 - ✓ Βιβλία (σε ηλεκτρονική ή μη μορφή), περιοδικά, εφημερίδες, κατά **17,6%**,
 - ✓ Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.), κατά **14,7%**,
 - ✓ Οικιακά είδη (έπιπλα, παιχνίδια, είδη τέχνης, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές κλπ.), κατά **14,1%**,
 - ✓ Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.), κατά **3,9%**.
- Ειδικότερα, για τις ηλεκτρονικές αγορές καταλυμάτων, ταξιδιωτικών υπηρεσιών και εισιτηρίων για εκδηλώσεις καταγράφεται συνεχής μείωση την τελευταία τριετία.

Πίνακας 5: Ηλεκτρονικές αγορές ειδών και υπηρεσιών αναψυχής (2012-2014)			
Έτη	Ταξιδιωτικές υπηρεσίες (εισιτήρια, ενοικίαση αυτοκινήτου κλπ.)	Διαμονή σε καταλύματα (ξενοδοχεία, δωμάτια, διαμερίσματα κλπ.)	Εισιτήρια για εκδηλώσεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο κλπ.)
2012	32,1%	26,7%	24,4%
2013	27,8%	20,3%	21,1%
2014	23,7%	19,5%	16,8%

- Η πληρωμή των ηλεκτρονικών αγορών για προσωπική χρήση, κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου 2013 – Μαρτίου 2014, πραγματοποιήθηκε:
 - ✓ Κατά **51,8%** τοις μετρητοίς ή με κατάθεση χρημάτων σε τραπεζικό λογαριασμό,
 - ✓ Κατά **37,3%** μέσω χρεωστικής ή πιστωτικής κάρτας,
 - ✓ Κατά **22,3%** μέσω προπληρωμένης κάρτας (pre-paid) ή προπληρωμένου λογαριασμού
 - ✓ Και κατά **4,8%** με μεταβίβαση χρημάτων μέσω ηλεκτρονικής τραπεζικής συναλλαγής.
- Το **73,3%** των καταναλωτών επιλέγει να κάνει τις ηλεκτρονικές αγορές του από εγχώριες επιχειρήσεις, το **40,0%** από άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το **21,0%** από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το ποσοστό όσων δήλωσαν ότι δεν γνωρίζουν τη χώρα προέλευσης των πωλητών ανέρχεται στο **3,9%**.

B. Χρήση διαδικτυακών υπηρεσιών νέφους (cloud services)

Οι διαδικτυακές υπηρεσίες νέφους παρέχουν την ευχέρεια απομακρυσμένης αποθήκευσης, τοπικής προβολής αρχείων από οπουδήποτε, απομακρυσμένο αυτόματο backup και αυτόματα, άμεση και ασφαλή αποθήκευση δεδομένων και δυνατότητα χρήσης τους από smart κινητό τηλέφωνο, φορητό υπολογιστή, tablet και γενικά συσκευές που συνδέονται στο διαδίκτυο και διαθέτουν περιορισμένο χώρο αποθήκευσης. Ειδικότερα, οι υπηρεσίες νέφους προσφέρουν στους χρήστες διαδικτυακούς αποθηκευτικούς χώρους για να αποθηκεύσουν τα αρχεία τους, λογισμικό για να τα επεξεργάζονται και τη δυνατότητα να τα μοιράζονται με άλλους και να έχουν πρόσβαση σε αυτά από οποιαδήποτε συσκευή απλά με τη χρήση ενός password.

- Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, περίπου 2 στους 10 (**18,7%**) από όσους χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο το Α' τρίμηνο του 2014 χρησιμοποίησαν διαδικτυακούς αποθηκευτικούς χώρους για να αποθηκεύσουν ή και να μοιραστούν με άλλους έγγραφα, εικόνες, μουσική, videos ή άλλα αρχεία, ενώ το υπόλοιπο **81,3%** δε χρησιμοποίησε διαδικτυακούς αποθηκευτικούς χώρους.
- Αναφορικά με τα χαρακτηριστικά όσων κατά το Α' τρίμηνο του 2014 χρησιμοποίησαν διαδικτυακές υπηρεσίες νέφους, το **60%** αυτών είναι άνδρες και το **40%** γυναίκες, ενώ ποσοστό **77,5%** είναι ηλικίας 16 – 44 ετών.

Πίνακας 6: Πληθυσμός που χρησιμοποιεί υπηρεσίες νέφους κατά ηλικιακή ομάδα (Α' Τρίμηνο 2014)					
16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74
21,9%	33,6%	22,0%	15,0%	6,3%	1,3%

Πίνακας 7: Πληθυσμός που χρησιμοποιεί υπηρεσίες νέφους, κατά ασχολία (Α' Τρίμηνο 2014)						
Άλλοι μη οικονομικά ενεργοί	Νοικοκυρές	Συνταξιούχοι	Άνεργοι	Μαθητές, σπουδαστές, φοιτητές	Αυτοαπασχολούμενοι	Μισθωτοί
1,3%	3,4%	3,8%	14,6%	15,4%	16,4%	45,0%

Πίνακας 8: Τρόποι διάχυσης εγγράφων, εικόνων και άλλων αρχείων ηλεκτρονικά. Ποσοστό επί του πληθυσμού που χρησιμοποίησε το διαδίκτυο: (Α΄ Τρίμηνο 2014)

Ηλεκτρονικά μηνύματα με συνημμένα αρχεία	Προσωπικές ιστοσελίδες (π.χ. blogs) ή ιστοσελίδες κοινωνικών δικτύων, όπως το Facebook	Αποθηκευτικοί χώροι στο διαδίκτυο, όπως Dropbox, Windows Skydrive, Google Drive ή υπηρεσίες, όπως Picasa, Flickr	Άλλα μέσα, εκτός διαδικτύου, όπως USB stick, DVD, Bluetooth	Δεν μοιράζονται αρχεία με άλλους
45,5%	30,1%	14,7%	36,7%	36,8%

- **6** στους **10**, από όσους κατά το Α΄ τρίμηνο του 2014 χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο, μοιράστηκαν με άλλους εικόνες, μουσική, videos ή άλλα αρχεία. Τα αρχεία που αποθηκεύονται και διαχέονται με τη χρήση υπηρεσιών νέφους είναι, κυρίως φωτογραφίες (**76,2%**), κείμενα, λογιστικά φύλλα και ηλεκτρονικές παρουσιάσεις (**59,2%**), μουσική (**38,2%**) και videos (**31,9%**).
- Οι υπηρεσίες αποθήκευσης διατίθενται έναντι αντιτίμου, ωστόσο, οι περισσότεροι πάροχοι συνήθως προσφέρουν καταρχήν δωρεάν ορισμένα GBs και ακολούθως γίνεται χρέωση ανάλογα με τα GBs που χρησιμοποιούνται. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, μόλις το **8,1%** όσων έκαναν χρήση των υπηρεσιών νέφους δήλωσαν ότι έχουν καταβάλει κάποιο αντίτιμο για τις υπηρεσίες αυτές.

Πίνακας 9: Τύπος αρχείων που αποθηκεύονται ή διαχέονται με τη χρήση υπηρεσιών νέφους - Ποσοστό επί του πληθυσμού που έκανε χρήση των υπηρεσιών νέφους (Α΄ Τρίμηνο 2014)

Άλλο	Ηλεκτρονικά βιβλία / περιοδικά	Videos	Μουσική	Κείμενα, λογιστικά φύλλα ή ηλεκτρονικές παρουσιάσεις	Φωτογραφίες
12,5%	22,5%	31,9%	38,2%	59,2%	76,2

- **6** στους **10** επικαλούνται ως βασικό λόγο για τον οποίο χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες νέφους την ευκολία να μοιράζονται αρχεία με άλλους και **5** στους **10** τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν τα αρχεία τους από διαφορετικές συσκευές και τοποθεσίες αλλά και τη δυνατότητα χρήσης μεγαλύτερης χωρητικότητας αποθηκευτικών χώρων.

Πίνακας 10: Λόγοι χρήσης των υπηρεσιών νέφους. Ποσοστό επί του πληθυσμού που χρησιμοποίησε τις υπηρεσίες νέφους (Α΄ Τρίμηνο 2014)

Πρόσβαση σε μεγάλες βιβλιοθήκες μουσικής, τηλεοπτικών προγραμμάτων ή ταινιών	19,9%
Ασφάλεια και προστασία από ενδεχόμενη απώλεια δεδομένων	41,0%
Δυνατότητα χρήσης αποθηκευτικών χώρων μεγαλύτερης χωρητικότητας	46,2%
Δυνατότητα χρησιμοποίησης αρχείων από διαφορετικές συσκευές ή τοποθεσίες	49,8%
Ευκολία μοιράσματος αρχείων με άλλους	57,6%

- Η πλειοψηφία όσων χρησιμοποίησαν τις διαδικτυακές υπηρεσίες νέφους δεν αντιμετώπισε πρόβλημα κατά τη χρήση τους (**65,1%**), σε αντίθεση με το **34,9%** που αντιμετώπισε κάποιες δυσκολίες.
- Πρόβλημα που αντιμετώπισε το **19,6%** όσων χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες νέφους είναι η αργή ταχύτητα πρόσβασης.
- **2** στους **10**, από όσους δεν χρησιμοποίησαν διαδικτυακές υπηρεσίες αποθήκευσης και υπηρεσίες για να μοιράζονται με άλλους αρχεία, γνώριζαν την ύπαρξη των εν λόγω υπηρεσιών.

Πίνακας 11: Προβλήματα κατά τη χρήση υπηρεσιών νέφους. Ποσοστό επί του πληθυσμού που χρησιμοποίησε τις υπηρεσίες νέφους: (Α΄ Τρίμηνο 2014)	
Αργή ταχύτητα πρόσβασης ή χρήσης	19,6%
Ασυμβατότητα ανάμεσα στις διαφορετικές συσκευές ή στους τύπους των αρχείων	7,4%
Τεχνικά προβλήματα στον server (π.χ. η υπηρεσία δεν ήταν διαθέσιμη)	12,1%
Προβλήματα ασφάλειας ή παραβίασης δεδομένων (π.χ. αποκάλυψη δεδομένων σε τρίτους)	1,4%
Μη εξουσιοδοτημένη χρήση προσωπικών πληροφοριών από τον πάροχο της υπηρεσίας	1,2%
Οι όροι και οι προϋποθέσεις του παρόχου της υπηρεσίας ήταν ασαφείς ή δυσνόητες	3,6%
Δυσκολία μεταφοράς των αρχείων από έναν πάροχο υπηρεσίας σε άλλον	5,1%
Άλλο πρόβλημα	4,3%

Πίνακας 12: Λόγοι για τους οποίους δε χρησιμοποίησαν τις υπηρεσίες νέφους όσοι γνώριζαν την ύπαρξή τους. (Α' Τρίμηνο 2014)	
Με απασχολούν θέματα αναφορικά με την αξιοπιστία των παρόχων της υπηρεσίας	5,6%
Με απασχολούν θέματα ασφαλείας των δεδομένων μου ή των προσωπικών μου δεδομένων	17,5%
Δε γνωρίζω πώς να χρησιμοποιήσω τους διαδικτυακούς αποθηκευτικούς χώρους	19,3%
Αποθηκεύω σπάνια ή ποτέ αρχεία, τα αποθηκεύω σε δικές μου συσκευές ή σε λογαριασμό ηλεκτρονικού ταχυδρομείου	45,3%
Μοιράζομαι τα αρχεία μου με άλλους τρόπους (στο email, στα δίκτυα κοινωνικής δικτύωσης, στο USB) ή δε μοιράζομαι αρχεία μου on line με άλλους	49,3%

- Από την έρευνα προκύπτει ότι περίπου **1** στους **2**, από όσους, χρησιμοποιώντας υπηρεσίες νέφους, αποθήκευσαν ή μοιράστηκαν με άλλους φωτογραφίες, έχει χρησιμοποιήσει λογισμικό που λειτουργεί μέσω διαδικτύου για να τις επεξεργαστεί, όπως τα Picasa και JWPlayer.
- Η ίδια αναλογία, **1** στους **2**, καταγράφεται και για όσους, χρησιμοποιώντας υπηρεσίες νέφους, αποθήκευσαν ή μοιράστηκαν με άλλους κείμενα, λογιστικά φύλλα ή ηλεκτρονικές παρουσιάσεις και χρησιμοποίησαν λογισμικό που λειτουργεί μέσω διαδικτύου για να τα επεξεργαστούν, όπως τα Google Docs και Office 365, καθώς και για όσους αποθήκευσαν ή μοιράστηκαν με άλλους μουσική ή videos/ταινίες και χρησιμοποίησαν διαδικτυακούς χώρους, όπως οι Amazon Cloud Player, iTunes in the Cloud, Google Play Music κλπ.

4^ο ΘΕΜΑ: Χρήση πλαστικού χρήματος κατά τη διάρκεια των Capital

Controls

- Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία από τα πιστωτικά ιδρύματα, από τα τέλη Ιουνίου που επιβλήθηκαν η τραπεζική αργία και τα capital controls έως τις αρχές Αυγούστου, είχαν εκδοθεί περισσότερες από **1,1 εκ.** χρεωστικές κάρτες περίπου σε έναν μήνα, ξεπερνώντας τα **11 εκ.** στο σύνολό τους, ενώ η χρήση τους εκτιμάται ότι κατά μέσο όρο έχει σχεδόν **τριπλασιαστεί**. Αξίζει να αναφερθεί πως πριν από τους κεφαλαιακούς περιορισμούς εκδίδονταν, κατά μέσον όρο, κάτω από **100.000** κάρτες μηνιαίως.
- Το 2014 το ποσό που δαπανήθηκε σε κάρτες Visa αντιπροσώπευε μόλις **1** ευρώ σε κάθε **33** ευρώ καταναλωτικής δαπάνης, σε σύγκριση με το **1** ευρώ στα **6** ευρώ στην Ευρώπη, κάτι όμως που έχει αρχίσει να αλλάζει ριζικά μετά την τραπεζική αργία και την επιβολή των capital controls. Οι τρέχουσες εξελίξεις περιόρισαν μεν τη

δυνατότητα ανάληψης μετρητών, ωφέλησαν δε καταναλωτές και επιχειρήσεις που αποκομίζουν πλέον σημαντικά πλεονεκτήματα με τη χρήση του πλαστικού χρήματος.

- Σύμφωνα με στοιχεία της **Visa Europe**, που επεξεργάζεται σχεδόν το **60%** των συναλλαγών με ελληνικές κάρτες για αγορές, τις δύο εβδομάδες μετά την εισαγωγή των capital controls παρατηρήθηκε **αύξηση 135%** στον αριθμό συναλλαγών σε σύγκριση με το δεκαπενθήμερο πριν από τα capital controls. Ο τομέας των **τροφίμων** γνώρισε τη μεγαλύτερη αύξηση στη χρήση των χρεωστικών καρτών μέσα στις δύο αυτές εβδομάδες (με **αύξηση** της χρήσης τους **234%**) και ακολουθούν ο τομέας της **υγείας (206%)** και τα **πρατήρια καυσίμων (193%)**.
- Ο τζίρος σε POS των χρεωστικών καρτών υπερδιπλασιάστηκε σε σχέση με πέρυσι, με την αυξημένη χρήση να παρατηρείται στους υφιστάμενους αλλά και στους νέους πελάτες καρτών. Αυτή η εξέλιξη παραπέμπει σε υπερδιπλασιασμό των συσκευών αποδοχής καρτών από το σημερινό επίπεδο των **150.000** σε **400.000** περίπου τα επόμενα δύο χρόνια. Την ίδια στιγμή **πενταπλασιάστηκαν** οι νέοι κωδικοί χρήσης ηλεκτρονικής τραπεζικής e-banking, με πάνω από **150.000** νέους χρήστες τον Ιούλιο.
- Η επιβολή περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων πυροδότησε στην ουσία την αύξηση της χρήσης του πλαστικού χρήματος, με αποτέλεσμα η δυναμική που αναπτύσσεται να θεωρείται πλέον ιδιαίτερα σημαντική. Αρκεί να αναλογιστεί κανείς ότι μέχρι και σήμερα σε εθνικό επίπεδο οι πληρωμές με κάρτες αντιπροσωπεύουν μόνο το **6%** των συνολικών πληρωμών στη χώρα, συνιστώντας μία από τις χειρότερες επιδόσεις στην Ευρώπη.
- Βάσει εκτιμήσεων, η χρήση πλαστικού χρήματος θα μπορούσε να συνεισφέρει στη μείωση της φοροδιαφυγής (υπολογίζεται στο **25%** του ΑΕΠ) κατά **5 δις** ευρώ και αύξηση των φορολογικών εσόδων πάνω από **1 δις** ευρώ σε ετήσια βάση (ΦΠΑ, φορολογία φυσικών και νομικών προσώπων). Άρα η συντονισμένη υλοποίηση ενός εκτενούς πακέτου μέτρων για την αύξηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών θα μπορούσε να μειώσει τουλάχιστον κατά **25%** τη «μαύρη» οικονομία, ενισχύοντας σημαντικά τα δημόσια έσοδα της χώρας.

Σχετικά με την επίδραση της **τραπεζικής αργίας** και των περιορισμών στην κίνηση κεφαλαίων στις ελληνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται μέσω ψηφιακών μέσων – κυρίως ηλεκτρονικά καταστήματα:

- το **97%** έχει αντιμετωπίσει προβλήματα στις πληρωμές και τις εισπράξεις.
- το **64%** έχει αντιμετωπίσει προβλήματα στην παραγωγή και τη διακίνηση προϊόντων.
- το **66%** αντιμετωπίζει προβλήματα πληρωμής των συνεργατών του
- το **61%** έχει αδυναμία χρήσης μεθόδων πληρωμής, όπως Payral
- το **49%** δηλώνει αδυναμία πληρωμής οφειλών σε προμηθευτές
- το **49%** επίσης έχει αδυναμία πληρωμής πιστωτικών, χρεωστικών καρτών

- το **41%** δηλώνει αδυναμία εξόφλησης και πληρωμής επιταγών
- το **29%** δηλώνει άρνηση και αδυναμία πελατών να πληρώσουν με μετρητά
- το **8%** έχει αδυναμία καταβολής φόρων και μισθών.
- το **78%** των επιχειρήσεων έχει αντιμετωπίσει ακυρώσεις παραγγελιών πελατών
- το **31%** έχει αδυναμία εισαγωγής πρώτων υλών
- το **22%** αντιμετωπίζει δυσκολίες στη συνεργασία με τις μεταφορικές εταιρείες
- το **14%** των επιχειρήσεων δυσκολεύεται να διακινήσει τα προϊόντα στο εσωτερικό
- Προς αντιμετώπιση της δύσκολης κατάστασης, το **60%** των επιχειρήσεων στράφηκαν σε εναλλακτικές μορφές πληρωμών προς ξένους, με τη χρήση τραπεζικού λογαριασμού στο εξωτερικό.
- Παράλληλα, όμως, ένα υψηλό ποσοστό, **44%**, βρέθηκε σε πλήρες αδιέξοδο, μην μπορώντας να κάνει τίποτα απολύτως.