

«Η 80η ΔΕΘ αποτελεί την πρώτη προεκλογική σφυγμομέτρηση του επιχειρηματικού κόσμου για τη νέα Ελληνική Κυβέρνηση»

Η ΕΣΕΕ χαιρετίζει την κορυφαία εμπορική διεθνή έκθεση της χώρας που ανοίγει τις πύλες της το Σάββατο 5 Σεπτεμβρίου 2015 στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο της Θεσσαλονίκης.

Η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ) αποτελεί τον παλαιότερο και μεγαλύτερο εκθεσιακό θεσμό στην Ελλάδα από το 1926, όταν διοργανώθηκε για πρώτη φορά. Χαρακτηριστικό της εθνικής διάστασης που είχε αποδοθεί στην προσπάθεια για την οργάνωσή της αλλά και της ακτινοβολίας της, είναι ότι οι επισκέπτες της πρώτης αυτής διοργάνωσης ανέρχονταν στους 100.000 σύμφωνα με τα στοιχεία της οργανωτικής επιτροπής, ενώ οι καταχωρήσεις της ΔΕΘ στις εφημερίδες της εποχής ανέφεραν ξεκάθαρα ότι η επίσκεψη σ' αυτή αποτελούσε δείγμα πατριωτισμού. Συγκεκριμένα, στον Τύπο αποτυπωνόταν ως εξής: **«Κάθε Έλλην πρέπει να θεωρήσει Εθνικόν καθήκον να επισκεφθή την πρώτην Διεθνή Έκθεσίν μας, που εμπνέει αληθινόν αίσθημα εθνικής υπερηφάνειας»**. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι παρά την οικονομική κρίση του '29 που επηρέασε σημαντικά τη λειτουργία της, οι υπεύθυνοι της διοργάνωσης το 1931 εισήγαγαν τον θεσμό της λαϊκής ημέρας με φθηνό εισιτήριο, προκειμένου η πρόσβαση να είναι εφικτή σε όλους όσους ήθελαν να την παρακολουθήσουν.

Στην ιστορία του Μεσοπολέμου η ΔΕΘ έχει θεωρηθεί ως το καλύτερο μέχρι τότε παράδειγμα Σύμπραξης Δημοσίου και Ιδιωτικού Τομέα (ΣΔΙΤ) και παρά τη δεκαετή παύση της, εξαιτίας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, το 1951 έβαλε ξανά μπροστά στις μηχανές. Το 1966 αποτελεί τη χρονιά ορόσημο για την Έκθεση με τον αριθμό των επισκεπτών να πιάνει το ρεκόρ των 1.600.000. Τα διαθέσιμα στοιχεία αποκαλύπτουν ότι κατά τη διάρκεια δυο δεκαετιών, του '50 και του '60, έφτασε στο απόγειο της επιτυχίας της και απέκτησε μεγάλη αίγλη, με τους Έλληνες εκθέτες να αγγίζουν τους 400 και τους ξένους τους 1.500, αριθμοί που για τα δεδομένα της εποχής σκιαγραφούν ένα τοπίο εντατικοποίησης της παραγωγικής και επιχειρηματικής δράσης.

Στη μεταπολιτευτική ιστορία της ΔΕΘ, καταγράφονται ετησίως 1.000.000 επισκέπτες, εκατοντάδες εκδηλώσεις με πάνω από 140.000 συμμετέχοντες, καθώς αποτελεί κόμβο για την απαρχή συνεργασιών με ισχυρούς ξένους εκθεσιακούς οργανισμούς, για την οργάνωση εθνικών συμμετοχών στις μεγαλύτερες διεθνείς εκθέσεις της Ευρώπης και των Βαλκανίων, όπως επίσης και για τον συντονισμό επιχειρηματικών αποστολών στο εξωτερικό, την στήριξη κλαδικών εκθέσεων, την παρουσίαση καινοτομιών από την εγχώρια αγορά και βεβαίως την ανάπτυξη πολιτιστικών δράσεων.

Η φετινή διοργάνωση, εκτός του προεκλογικού, έχει προσλάβει επετειακό χαρακτήρα, με 14 θεματικά αφιερώματα που καλύπτουν όλες τις πτυχές της εγχώριας παραγωγής και επιχειρηματικότητας και με τα Επιμελητήρια να διαδραματίζουν εξέχοντα ρόλο, δεδομένου και του Μνημονίου Συνεργασίας μεταξύ Κ.Ε.Ε.Ε. και Δ.Ε.Θ.- HELEXPO, το οποίο υπεγράφη πρόσφατα και στηρίζει ένθερμα η ΕΣΕΕ.

Σε αυτό το πλαίσιο, η ΕΣΕΕ θα παρουσιάσει στη Θεσσαλονίκη, σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος της ΕΛ.ΑΣ, την καινοτόμο δράση με τίτλο «FeelSafe» στο e-commerce για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκύπτουν από τη μη προσεκτική χρήση των νέων ψηφιακών μέσων και τη διάδοση του πλαστικού χρήματος με την χρήση καρτών, καθώς και όλων των ηλεκτρονικών συναλλαγών, μέσω e-banking. Η δράση θα παρουσιαστεί σε ειδικό περίπτερο της ΕΛ.ΑΣ στην 80η Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης που στήθηκε και θα λειτουργήσει με τη χορηγία της ΕΣΕΕ, με σκοπό την ενημέρωση και την προφύλαξη του εμπορικού και επιχειρηματικού κόσμου της χώρας αλλά και των καταναλωτών από φαινόμενα διαδικτυακής απάτης.

Η Συνέντευξη Τύπου για την αναλυτική παρουσίαση της θα πραγματοποιηθεί το Σάββατο 5 Σεπτεμβρίου και ώρα 11:00 – 12:00 στην αίθουσα συνεντεύξεων Ν. Γερμανός (C) του

περιπτέρου 8, στο χώρο της ΔΕΘ, ενώ αμέσως μετά και ώρα 12.30 θα πραγματοποιηθούν τα εγκαίνια του Περιπτέρου της Ελληνικής Αστυνομίας.

Τα εγκαίνια της ΔΕΘ από την πρώτη κιόλας διοργάνωση, εκτός από εμπορικό γεγονός, αποτελούν μέγιστο πολιτικό και πολλές φορές κοινωνικό γεγονός. Αυτό φέτος υπογραμμίζεται και από την επιλογή του Προέδρου της Δημοκρατίας να εγκαινιάσει για πρώτη φορά την Έκθεση. Αναντίρρητα, η 80η Δ.Ε.Θ. πραγματοποιείται, υπό τη βαριά σκιά δύο πολύ σημαντικών γεγονότων από τη μία της επιβολής περιορισμού στη διακίνηση των κεφαλαίων (capital controls) και από την άλλη της προκήρυξης των πρόωρων εκλογών, των δεύτερων μέσα σε επτά μήνες, που όμως θα σφραγίσουν ανεξίτηλα την πολιτική και οικονομική ζωή του τόπου για τα επόμενα χρόνια.

Κατά γενική ομολογία, ένας **"καταστροφικός"** συνδυασμός γεγονότων κατά τη διάρκεια της τρίμηνης καλοκαιρινής περιόδου, με την καθυστέρηση επίτευξης Συμφωνίας, το άσκοπο δημοψήφισμα, την τραπεζική αργία, την επιβολή περιορισμού στη διακίνηση των κεφαλαίων και τις πρόωρες εκλογές, επέφεραν ένα ηχηρό και οδυνηρό ράπισμα στην πραγματική οικονομία.

Συνολικά, για τις εμπορικές επιχειρήσεις του Εισαγωγικού, του Εξαγωγικού, του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου, οι θερινές απώλειες ανέρχονται στα 1,33 δις. ευρώ. Επίσης, η Βιομηχανία εμφάνισε μείωση τζίρου της τάξεως του -40%. Στο πεδίο των εξαγωγών σημειώθηκε πτώση της τάξεως του 10%-12%, με αποτέλεσμα να διαμορφωθούν περίπου στα 1,85 δις ευρώ, αντί αρχικών προσδοκιών ύψους 2,1 δις ευρώ. Όσον αφορά στις εισαγωγές, οι μέχρι στιγμής απώλειες εκτιμώνται στα 1,5-2,0 δις ευρώ και αποτυπώνονται στις κατηγορίες πρώτων υλών, ζωοτροφών, λιπασμάτων, ελαστικών, ανταλλακτικών, ηλεκτρολογικού και μηχανολογικού εξοπλισμού, ηλεκτρικών συσκευών κ.ά.. Τέλος, είναι ιδιαίτερα λυπηρό ότι η φετινή διοργάνωση της έκθεσης, πραγματοποιείται υπό την απειλή των επιπτώσεων μιας **"νεκρής"** οικονομικά περιόδου, με ενδείξεις για νέα λουκέτα, επιχειρηματική μετανάστευση και ανεξέλεγκτη ανεργία.

Ο πρόεδρος της ΕΣΣΕ κ. Βασίλης Κορκίδης με την ευκαιρία των εγκαινίων της 80ης ΔΕΘ δήλωσε:

«..Είναι πολύ σημαντικό, ενόψει των κρίσιμων εκλογών της 20^{ης} Σεπτεμβρίου, η πρώτη ουσιαστική προεκλογική σφυγμομέτρηση του επιχειρηματικού κόσμου στην 8^η ΔΕΘ, να μας προϋδεάσει για την καλύτερη δυνατή σύνθεση, μιας νέας Ελληνικής Κυβέρνησης, η οποία μπορεί να εγγυηθεί την πολιτική σοβαρότητα και την οικονομική σταθερότητα, που χρειάζεται επειγόντως ο τόπος για να αντιμετωπίσει τα επικίνδυνα απόνερα της κρίσης.

Το ΔΣ της ΕΣΣΕ συγχαίρει τους διοργανωτές της 80ης ΔΕΘ και εύχεται καλή επιτυχία σε εκθέτες και επισκέπτες, με πολλές και επικερδείς εμπορικές συμφωνίες για το σύνολο της ελληνικής επιχειρηματικότητας...»

Στοιχεία e-commerce και e-banking

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

Το Ινστιτούτο Εμπορίου & Υπηρεσιών (IN.EM.Y.) της ΕΣΕΕ επιχειρώντας να αναδείξει τον ολοένα και σημαντικότερο ρόλο που έχει αποκτήσει τα τελευταία χρόνια το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο στην εξέλιξη των επιχειρήσεων όσο και στη βελτίωση της ελληνικής Οικονομίας εν γένει, πραγματοποίησε βιβλιογραφική έρευνα αποτύπωσης της υφιστάμενης κατάστασης. Η επεξεργασία, από πλευράς Ινστιτούτου, των δημοσιευμένων πρωτογενών δεδομένων της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA) και της ELTRUN (Ετήσια Έρευνα Ηλεκτρονικού Εμπορίου), καταδεικνύει τη συνεχώς αυξανόμενη δυναμική που αναπτύσσει ο συγκεκριμένος κλάδος, κατατάσσοντάς τον στους πλέον ανερχόμενους. Ακολουθούν τα βασικότερα συμπεράσματα των ερευνών που εκπονήθηκαν από τους προαναφερθέντες φορείς/αρχές με έτος αναφοράς το 2014 .

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%
Η μη επαρκής γνώση	43,10%

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

Α. 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 (απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης και ινστιτούτων επαγγελματικής κατάρτισης)	Υψηλό μορφωτικό επίπεδο (απόφοιτοι ΑΤΕΙ, ΑΕΙ ή με μεταπτυχιακές σπουδές)
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 αποθηκεύουν 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 περιορίσαν 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 PayPal
- 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.