

# Έρευνα Αττικής για το Ε.Ε.Α. Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών Απρίλιος 2020

ΕΡΕΥΝΑ 118 001 - ΣΥΝΟΨΗ

12 έως 15 Απριλίου 2020

Περιφ. Αττικής - 1.003 ενήλικοι



## Περιεχόμενα

<b>Περιεχόμενα.....</b>	<b>2</b>
<b>Ταυτότητα Έρευνας.....</b>	<b>3</b>
<b>Σύνοψη - σχολιασμός - πρώτα συμπεράσματα .....</b>	<b>5</b>
<b>Στοιχεία Δείγματος .....</b>	<b>10</b>
<b>Αναλυτικές παρουσιάσεις.....</b>	<b>13</b>
<i>Συχνότητα χρήσης Ίντερνετ, τώρα.....</i>	<i>14</i>
<i>Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τώρα .....</i>	<i>17</i>
<i>Συχνότητα επισκέψεων σε καταστήματα της περιοχής, τώρα .....</i>	<i>24</i>
<i>Ποιοτικά στοιχεία - Αξιολόγηση ηλεκτρ. καταστημάτων (e-shops) .....</i>	<i>27</i>
<i>Ο Ρόλος των Επιμελητηρίων στην πληροφόρηση / υποστήριξη.....</i>	<i>32</i>
<b>Συγκριτικές παρουσιάσεις .....</b>	<b>37</b>
<i>Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τώρα .....</i>	<i>38</i>
<i>Αξιολόγηση ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-shops).....</i>	<i>40</i>
<b>Συνοπτικό Ερωτηματολόγιο .....</b>	<b>42</b>

# Ταυτότητα Έρευνας

*1<sup>η</sup> έκδοση: προ-ενημέρωση για έλεγχο και μελέτη – με κάθε επιφύλαξη*

**Επωνυμία Εταιρείας:** Pulse RC - ΚΟΣΜΟΝ ΙΚΕ

**Επωνυμία Εντολέα:** Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών (Ε.Ε.Α.)

**Τύπος έρευνας:** Τηλεφωνική (enhanced C.A.T.I. \ C.A.S.I.), με χρήση δομημένου ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου

**Μέθοδος δειγματοληψίας:** Στρωματοποιημένη, τυχαία (list-assisted Random Digit Dialing)

**Σταθμίσεις:** Ως προς φύλο και ηλικία (Απογραφή 2011)

**Χρονικό Διάστημα:** 12 έως 15 Απριλίου 2020

**Μέγεθος δείγματος:** 1.003 ενήλικοι (17 ετών & άνω) γενικός πληθυσμός.

**Γεωγραφική κάλυψη:** Περιφέρεια Αττικής

**Στατιστικό Σφάλμα:** Το δειγματοληπτικό σφάλμα, με διάστημα βεβαιότητας **95%**, κυμαίνεται εντός του διαστήματος: +/- **3,1%**

*Η PULSE RC είναι μέλος της ESOMAR, του συστήματος «Ποιοτικού Ελέγχου Συλλογής Στοιχείων» του Σ.Ε.Δ.Ε.Α και του μητρώου εταιρειών δημοσκοπήσεων του Ε.Σ.Ρ. και τηρεί του κώδικες δεοντολογίας τους.*

*Ούτε η «Εκτίμηση Πρόθεσης Ψήφου με όλες τις απαντήσεις», ούτε η «Εκτίμηση Πρόθεσης Ψήφου με Αναγωγή επί των εγκύρων», αν και όπου περιλαμβάνονται, δεν αποτελούν πρόβλεψη εκλογικού αποτελέσματος.*

*Όλα τα στοιχεία και τα περιεχόμενα της παρούσας δημοσκόπησης δεν προορίζονται για δημοσιοποίηση ή δημοσίευση, οι οποίες και δεν επιτρέπονται χωρίς την έγκριση της PULSE RC η οποία διατηρεί τα πνευματικά δικαιώματα της έρευνας και της ανάλυσης αυτής.*

Ανάλυση - Μελέτη:



*As an ESOMAR Member, I comply with the ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice*

Υπενθυμίζεται προς κάθε παραλήπτη της έρευνας ότι η έρευνα είναι εμπιστευτική και δεν απευθύνεται σε Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Όλα τα στοιχεία της έρευνας είναι απολύτως εμπιστευτικά. Ρητώς συμφωνείται, ότι τα αποτελέσματα της έρευνας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά από τον πελάτη, τους συμβούλους του και εμπειρογνώμονες που έχει προς τούτο προσλάβει και μόνον στα πλαίσια της εργασίας τους.

Το σύνολο του παραδοθέντος υλικού (έκθεση συμπερασμάτων, διαγράμματα, πίνακες στατιστικών συχνοτήτων) συνιστούν πρωτότυπο έργο, του οποίου η πνευματική ιδιοκτησία ανήκει στην Pulse RC και η εταιρεία διατηρεί αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης αυτού.

Απαγορεύεται ρητώς η γνωστοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας σε τρίτους καθώς και η με οποιονδήποτε τρόπο αναπαραγωγή, αντιγραφή χάριν μεταπώλησης, καθώς και η αναδημοσίευση τους ιδίως δια των μέσων μαζικής ενημέρωσης.

Η δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων της έρευνας χωρίς την έγγραφη συγκατάθεση της εταιρείας αποτελεί προσβολή του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας επί του έργου και θεμελιώνει δικαίωμα της εταιρείας να αξιώσει αποκατάσταση κάθε θετικής και αποθετικής ζημίας της καθώς και ικανοποίηση ηθικής της βλάβης.

Η παραλαβή της εκθέσεως αποτελεσμάτων έρευνας, συνιστά αποδοχή των παρόντων όρων.

\* / \*\* : Όπου οι βάσεις είναι μικρότερες του 100, τα αποτελέσματα είναι ενδεικτικά.

Ο πελάτης και κάθε παραλήπτης του παρόντος υποχρεούται να μην παρουσιάσει, ούτε παραδώσει τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής σε τρίτους και να μην τα δημοσιεύσει (ηθελημένα ή αθέλητα) ή καθ' οιονδήποτε τρόπο δημοσιοποιήσει, εκτός αν άλλως έχει ρητώς και εγγράφως, συμφωνηθεί.

*Η εταιρεία δεν ευθύνεται για τυχόν ορθογραφικά λάθη. Ορθά δεδομένα θεωρούνται όσα παραδίδονται σε ηλεκτρονική μορφή.*

## Σύνοψη - σχολιασμός - πρώτα συμπεράσματα

Σχεδόν όλοι οι Έλληνες (**88%**) χρησιμοποιούν πλέον **τακτικά** (από «κάποιες φορές την εβδομάδα έως κάθε μέρα») το **Ίντερνετ** - και **2%** μπαίνει «κάποιες φορές το μήνα»!

Στην πρώτη έρευνα της **Pulse RC** για το **Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών** στην Αττική, διερευνούμε αναλυτικά ένα πολύ ενδιαφέρον θέμα που, στην καρδιά της πανδημίας του νέου κορωνοϊού, γίνεται και ιδιαίτερα επίκαιρο: τις σύγχρονες ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσω Ίντερνετ και κινητών - *ιδιαίτερα όσον αφορά τον επαγγελματικό χώρο.*

### Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τώρα

Τα ερωτήματα και κυρίως τα αποτελέσματά τους είναι **αποκαλυπτικά**. Από όλους όσοι μπαίνουν στο Ίντερνετ «από

κάποιες φορές το μήνα έως κάθε μέρα» (**90%** του συνόλου του δείγματος)...:

- το ποσοστό αυτών που πραγματοποιούν **τακτικά** (από κάποιες φορές την εβδομάδα έως σχεδόν κάθε μέρα) αγορές από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) στο Ίντερνετ, είναι **υπερ-διπλάσιο τώρα**, σε σύγκριση με πριν από την επιδημία του νέου κορωνοϊού (είναι **20%** - ήταν 9%) - **άλλο 31%** αγοράζει κάποιες φορές το μήνα!
- το ποσοστό των Ελλήνων που συναλλάσσονται **τακτικά** (από κάποιες φορές την εβδομάδα έως σχεδόν κάθε μέρα) ηλεκτρονικά με το **Δημόσιο** και τις **Τράπεζες** ανέρχεται στο **37%** - και **38%** πράττει το ίδιο κάποιες φορές το μήνα!

- σχεδόν οι **έξι στους δέκα (57%)** αξιοποιούν την τηλε-εργασία **τακτικά**. Στις πιο «ενεργές» εργατικά/επαγγελματικά ομάδες, το ποσοστό αυξάνεται στο **66%** (ελεύθεροι επαγγελματίες / επιχειρηματίες και δημόσιοι υπάλληλοι) και στο **71%** (ιδιωτικοί υπάλληλοι)!
- αντίθετα, λόγω των περιοριστικών μέτρων, μειωμένο καταγράφεται το ποσοστό των καταναλωτών που τακτικά επισκέπτονται καταστήματα της περιοχής τους (τροφίμων, φαρμακεία, περίπτερα κλ.π.) για αγορά διαφόρων ειδών (**52%** από 71%).

### Ποιοτικά στοιχεία - Αξιολόγηση e-shops

Όλες οι προηγούμενες διαδικτυακές δυνατότητες είναι σημαντικές, αλλά αυτή που παρουσιάζει το μεγαλύτερο περιθώριο ενίσχυσης στη χώρα μας, την υψηλότερη δυναμική αλλά και το μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τον Έλληνα επαγγελματία, είναι τα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops).

Είναι χρήσιμη η περαιτέρω αποτύπωση κάποιων πρώτων **ποιοτικών στοιχείων** τους, μέσα από τα μάτια των καταναλωτών και η **αξιολόγηση** από τους χρήστες τους.

Τα αποτελέσματα...

- είναι **θετικά** σε βαθμό ευχάριστης έκπληξης,
- πρέπει να **παρακινήσουν** τους Έλληνες επιχειρηματίες - *ιδιαίτερα όσους ακόμα δεν αξιοποιούν επαρκώς τις ψηφιακές δυνατότητες* και
- επιβεβαιώνουν αυτούς - *όπως το Επαγγελματικό Επιμελήτηριο Αθηνών* - που επενδύουν και υποστηρίζουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες και προσπαθούν να στηρίξουν και να βοηθήσουν τους Έλληνες επαγγελματίες προς αυτή την κατεύθυνση!

Πιο συγκεκριμένα, από όλους όσοι αγοράζουν (από κάποιες φορές το μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα) από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops) στο Ίντερνετ (δηλαδή το **51%** αυτών που μπαίνουν στο Ίντερνετ «από κάποιες φορές

το μήνα έως κάθε μέρα», ή αντίστοιχα το **46%** του Γενικού Πληθυσμού)...:

- οι περισσότεροι (τρεις στους τέσσερις, **73%**) πραγματοποιούν περισσότερες αγορές από **ελληνικά** ηλεκτρονικά καταστήματα – άλλο ένα **16%** μοιράζει τις αγορές του μεταξύ *e-shops* της χώρας μας και του εξωτερικού και μόνο το **6%** αγοράζει κυρίως από καταστήματα του εξωτερικού,
- άλλοι τόσοι (εφτά στους δέκα, **71%**) **εμπιστεύονται** (αρκετά έως πολύ) τις αγορές μέσω ίντερνετ,
- ακόμα περισσότεροι (**76%**), **βρίσκουν** (αρκετά έως πολύ) ικανοποιητική την **ποικιλία** και την **ποιότητα** των ειδών και
- επίσης πολλοί (σχεδόν εφτά στους δέκα, **68%**) είναι ικανοποιημένοι (αρκετά έως πολύ) και από την ποιότητα **εξυπηρέτησης** (όπως *συνέπεια, τιμές, υποστήριξη*)!

- Τα αρνητικά ποσοστά αξιολόγησης στους παραπάνω τομείς είναι **ελάχιστα!**

### Ρόλος των Επιμελητηρίων στην πληροφόρηση / υποστήριξη

Δεν μας εκπλήσσει - μάλλον προκύπτει ως φυσικό επακόλουθο του συνόλου των παραπάνω στοιχείων – ότι, στην τελευταία ενότητα ερωτημάτων της έρευνας, η (συντριπτική) πλειονότητα των ερωτηθέντων κατοίκων της Περιφέρειας Αττικής (**83%**) κρίνει πως τα **Επιμελητήρια** της χώρας **πρέπει** να προσφέρουν πληροφόρηση και υποστήριξη στις ελληνικές επιχειρήσεις. ώστε αυτές να αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητες του Ίντερνετ (όπως *ηλεκτρονικό εμπόριο - ηλεκτρονικά καταστήματα – ηλεκτρον. υπηρεσίες*).

**Θετικό** για τα Επιμελητήρια είναι το **ισοζύγιο** των απαντήσεων στο ερώτημα **αν** αυτά σήμερα, **προσφέρουν** στις ελληνικές επιχειρήσεις πληροφόρηση και υποστήριξη προς αυτή την κατεύθυνση: περισσότεροι (**40%**) απαντούν

**καταφατικά** από ότι αρνητικά (36%) – με το 24% να μην γνωρίζει ή να μην έχει άποψη.

Ακόμα πιο **υψηλό** ποσοστό συγκεντρώνουν οι καταφατικές απαντήσεις μεταξύ των πιο αρμόδιων να αξιολογήσουν την «απόδοση» των Επιμελητηρίων: των επαγγελματιών και των επιχειρηματιών - πολλοί από τους οποίους (οι περισσότεροι;) είναι μέλη τους. Το ποσοστό των **καταφατικών** απαντήσεων φθάνει στο **45%** - με το 15% να μην γνωρίζει ή να μην απαντά!

### **Κεντρικές παρατηρήσεις - πρώτα συμπεράσματα**

Δύο πρώτες κεντρικές παρατηρήσεις, που αξίζει να επισημανθούν, προβάλλουν από τα αποτελέσματα:

**α.** Ο βαθμός εξάπλωσης της χρήσης του διαδικτύου στη συναλλακτική συμπεριφορά του πληθυσμού καταγράφεται **σημαντικά αυξημένος** - γεγονός αναμενόμενο. Η στροφή του καταναλωτή στις **αγορές μέσω e-shops** σηματοδοτεί μια νέα αγοραστική συμπεριφορά, γεγονός που οφείλει να **απασχολήσει** περαιτέρω τα **Επιμελητήρια**, ως προς τις

δυνατότητες παρέμβασης για την υποστήριξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας των μελών τους.

Δημιουργείται, πλέον, ένα **ευρύτατο πεδίο δράσης** και συμβουλευτικής υποστήριξης των μελών των επιμελητηρίων, από την κατασκευή και την έναρξη χρήσης ενός e-shop μέχρι και την εκπαίδευση και τις σύγχρονες στρατηγικές marketing προώθησης αγορών μέσω e-shops.

Η ταχύτητα στην εξοικείωση και η εκπαίδευση στα σύγχρονα εργαλεία πληροφορικής θα αποτελέσουν τους νέους άξονες για την επιτυχή άσκηση κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας, σε μία εποχή, όπου τα παραδοσιακά πρότυπα των φυσικών καταστημάτων πρόκειται να αντιμετωπίσουν ιδιαίτερες δυσκολίες, λόγω της κρίσης της πανδημίας.

Ιδιαίτερη σημασία, αποκτά συνεπώς, η ευελιξία στο βαθμό ενσωμάτωσης των ηλεκτρονικών καταστημάτων στην παραδοσιακή επιχειρηματική νοοτροπία των μελών των



Επιμελητηρίων - και εκεί τα *Επιμελητήρια* μπορούν να έχουν **πρωταγωνιστικό** ρόλο!

**β.** Παρόμοια φαίνεται να είναι η κατάσταση και στο τομέα της **τηλε-εργασίας**. Είναι προφανές ότι η κρίση της πανδημίας έχει επιδράσει **καταλυτικά** στη στροφή εργοδοτών και εργαζομένων προς την τηλε-εργασία. Το γεγονός αυτό πρέπει να εκτιμηθεί σε βάθος χρόνου, καθώς απαιτούνται μεγάλες και ριζικές θεσμικές παρεμβάσεις από πλευράς πολιτείας, προκειμένου να τεθούν κανόνες και εκσυγχρονιστικά πλαίσια για την εδραίωσή της.

Η ψηφιοποίηση του μεγαλύτερου μέρους των συναλλαγών μεταξύ κράτους-πολίτη, δημιουργεί τις προϋποθέσεις στα **Επιμελητήρια** για να **περιορίσουν** στο ελάχιστο την ανάγκη φυσικής παρουσίας των μελών τους κατά τη διεκπεραίωση των υποθέσεών τους. Ο βαθμός ετοιμότητας των

επιμελητηρίων στη κατεύθυνση αυτή αναμένεται να αναδείξει και την αναγκαιότητα της παροχής **νέων υπηρεσιών** προς τα μέλη τους, αφού το πεδίο της παραδοσιακής συναλλαγής τους με αυτά θα αποτελέσει «ψηφιακό» **παρελθόν**.

Ο **νέος** συμβουλευτικός ρόλος των **Επιμελητηρίων** αντανακλάται και επιβεβαιώνεται και στην ευρύτατη αποτύπωση της **θετικής** γνώμης των ερωτηθέντων, ως προς την χρησιμότητα της υποστήριξης και πληροφόρησης που αυτά παρέχουν στο νέο τεχνολογικό / πληροφοριακό περιβάλλον.

# Στοιχεία Δείγματος

(Συνοπτική παρουσίαση)

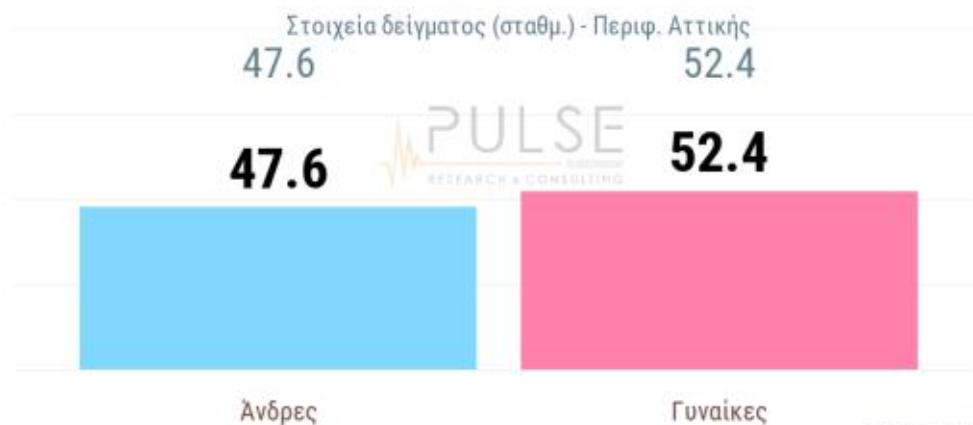
(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

*Τεκμηριώνουν την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος*

### Φύλο

Στοιχεία δείγματος (σταθμ.)

Ποιο είναι το φύλο σας;



© 2020 Pulse RC

### Ομάδα ηλικίας

Στοιχεία δείγματος (σταθμ.)

Σε ποια ομάδα ηλικίας ανήκετε;

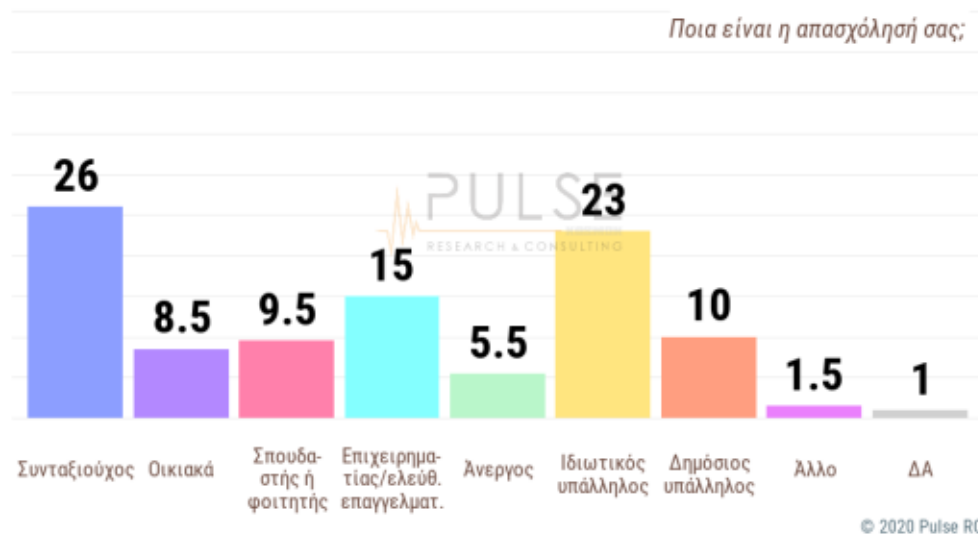


© 2020 Pulse RC

## Κατηγορία απασχόλησης

Στοιχεία δείγματος (σταθμ.)

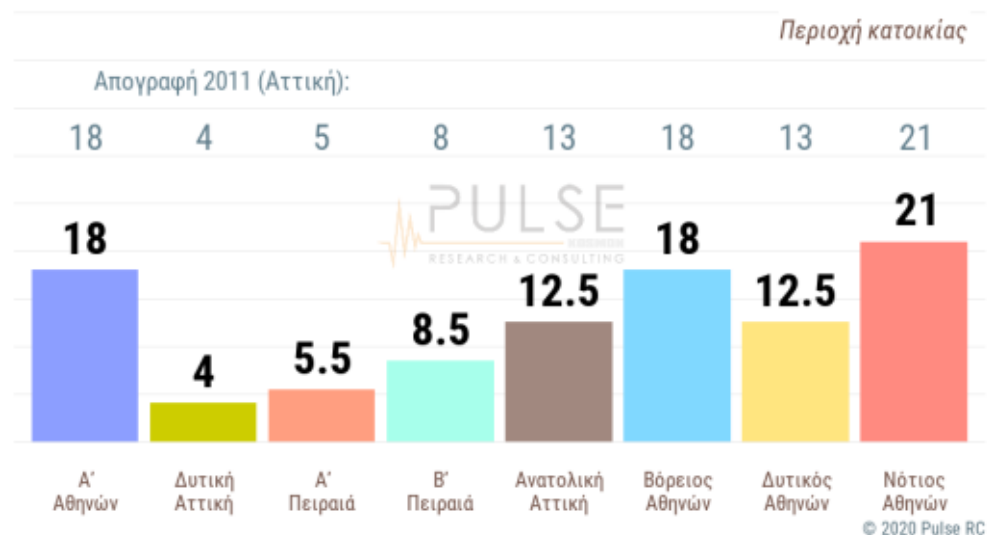
Ποια είναι η απασχόλησή σας;



## Περιοχή κατοικίας

Στοιχεία δείγματος (μη σταθμ.)

Περιοχή κατοικίας



# Αναλυτικές παρουσιάσεις

# Συχνότητα χρήσης Ίντερνετ, τώρα

(Σύνολο δείγματος - Αναλυτική παρουσίαση)

(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )

## Συχνότητα χρήσης Ίντερνετ, τώρα

Σύνολο δείγματος

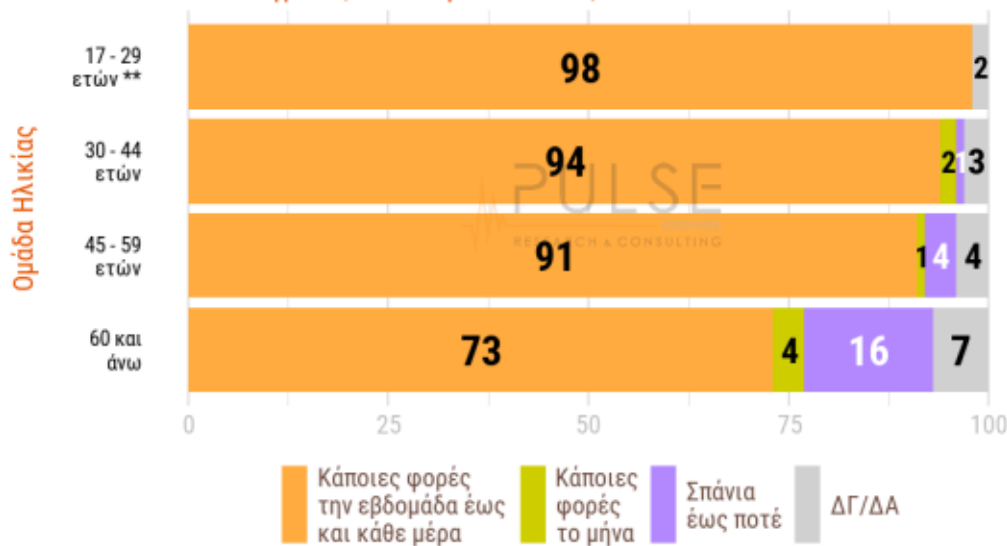
Εσείς προσωπικά, πόσο συχνά μπαίνετε τώρα, στο Ίντερνετ;



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα χρήσης Ίντερνετ, τώρα

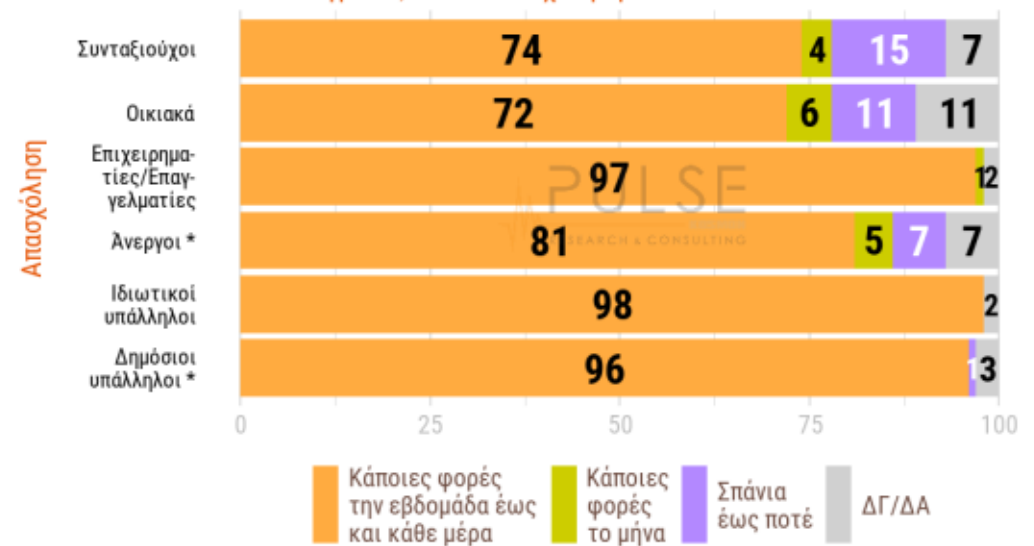
Σύνολο δείγματος // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα χρήσης Ίντερνετ, τώρα

Σύνολο δείγματος // ανά Απασχόληση



© 2020 Pulse RC



# **Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τώρα** (Όσοι μπαίνουν στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα - Αναλυτική παρουσίαση)

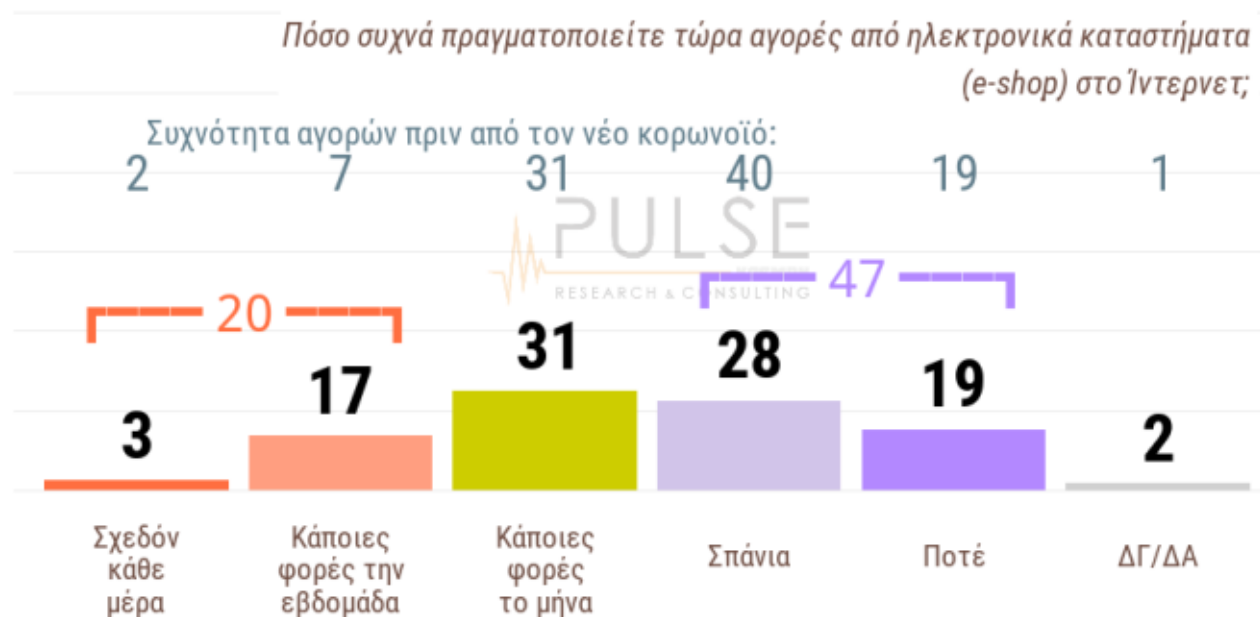
*(στάθμιση ως προς φύλο και ηλικία)*

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )

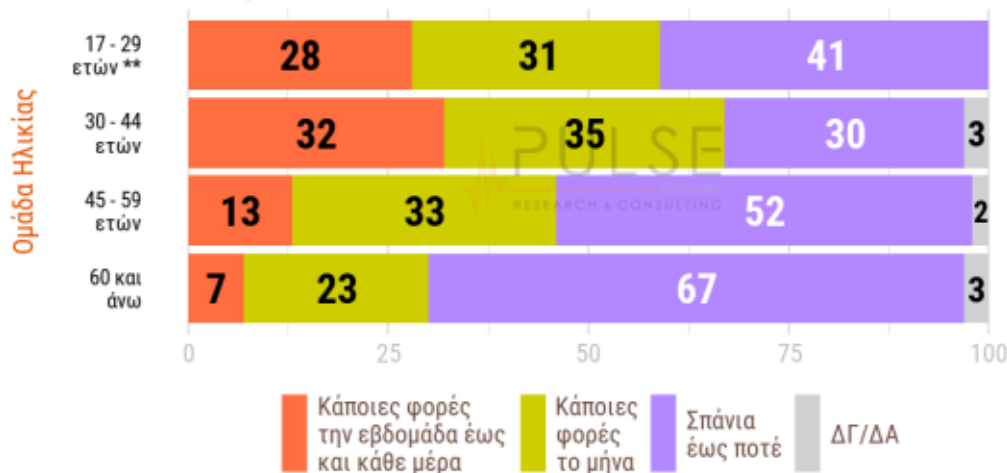
## Συχνότητα αγορών από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops), τώρα

Όσοι στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα



## Συχνότητα αγορών από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops), τώρα

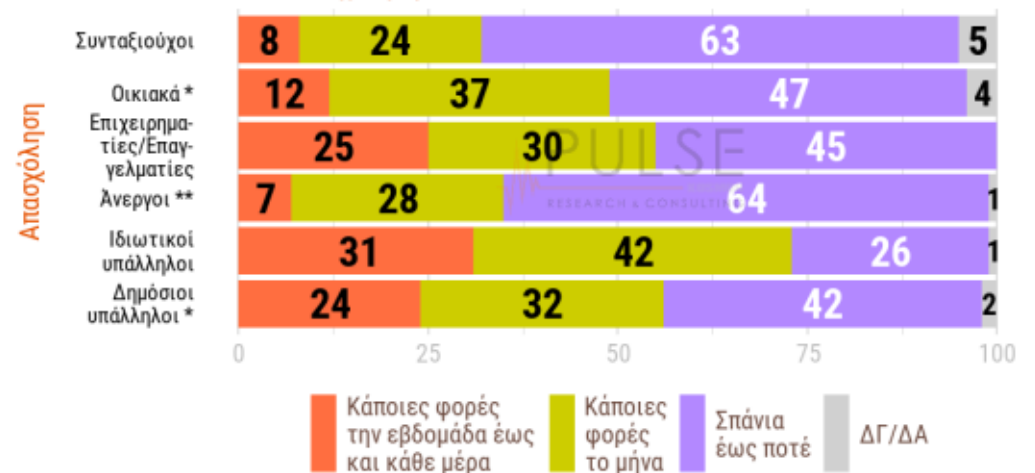
Όσοι στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα αγορών από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops), τώρα

Όσοι στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα // ανά Απασχόληση

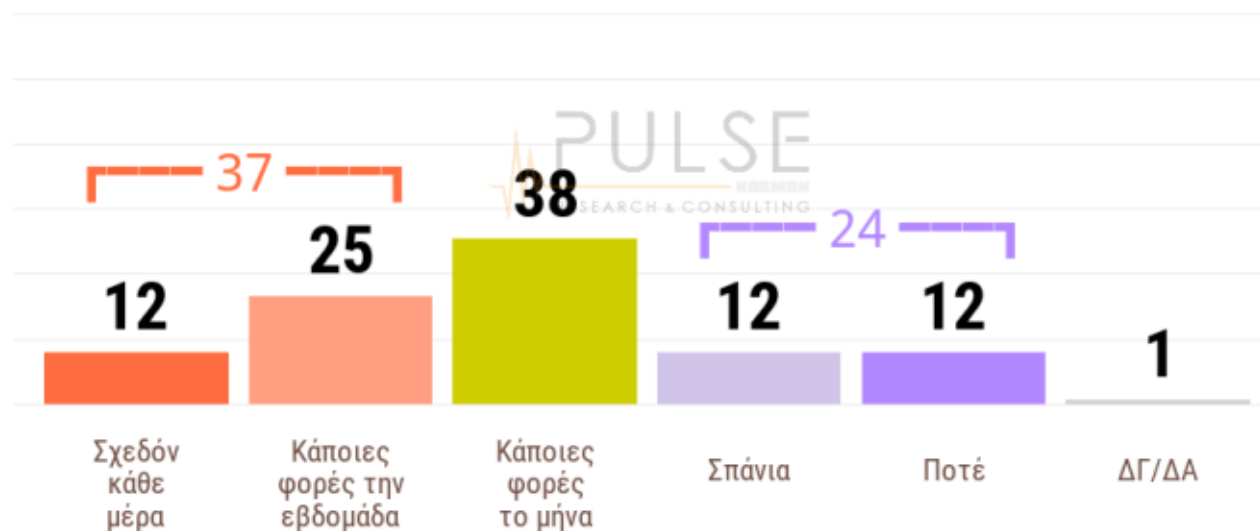


© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα συναλλαγών με Δημόσιο/Τράπεζες μέσω ίντερνετ, τώρα

Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα

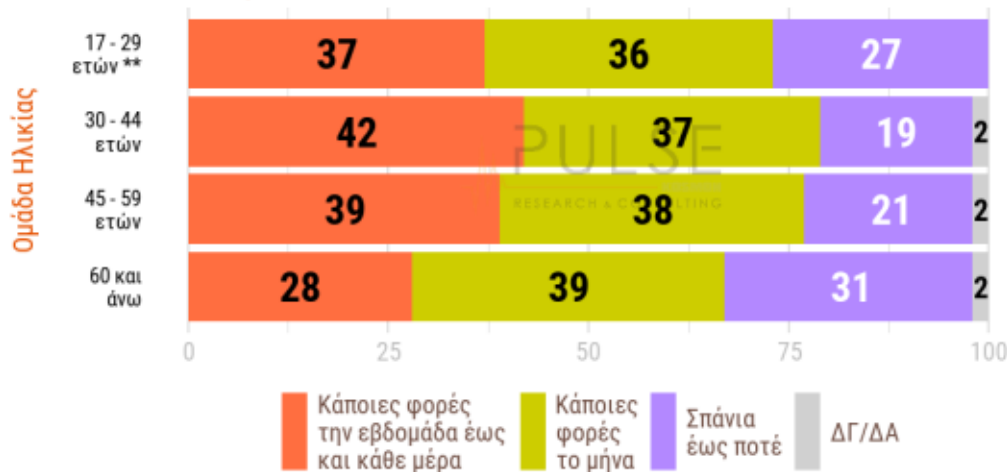
πόσο συχνά πραγματοποιείτε τώρα, συναλλαγές με το Δημόσιο και τις Τράπεζες, στο ίντερνετ; –



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα συναλλαγών με Δημόσιο/Τράπεζες μέσω ίντερνετ, τώρα

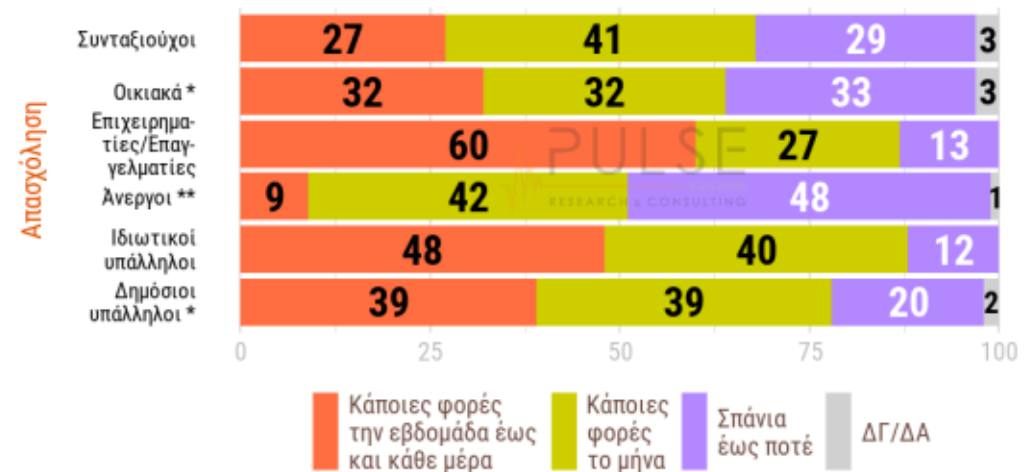
Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα συναλλαγών με Δημόσιο/Τράπεζες μέσω ίντερνετ, τώρα

Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα // ανά Απασχόληση



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα τηλε-εργασίας μέσω ίντερνετ, τώρα

Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα

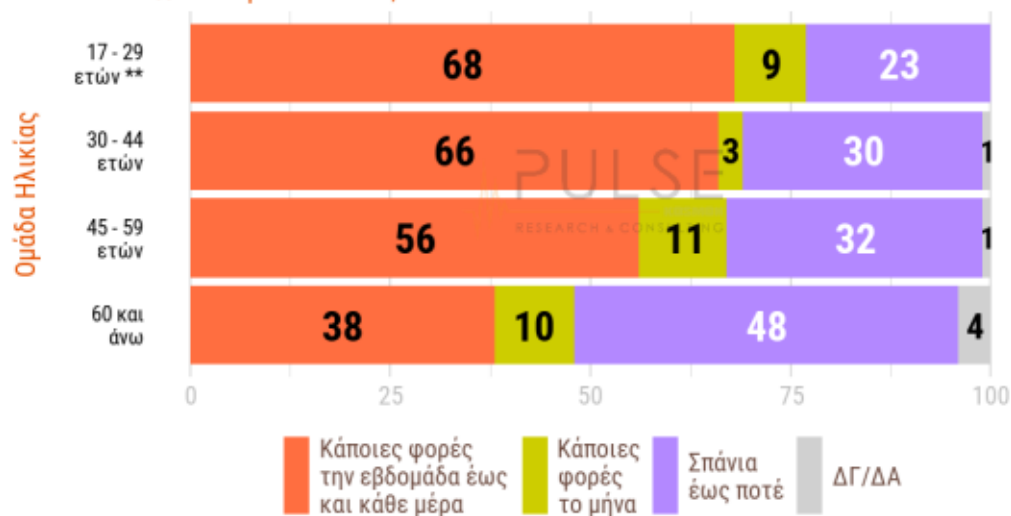
Γενικά, πόσο συχνά αξιοποιείτε τώρα την τηλε-εργασία μέσω ίντερνετ (όπως: ανταλλαγή δεδομένων ή αρχείων, βιντεοκλήσεις - βιντεοδιασκέψεις, διασύνδεση από το σπίτι με υπολογιστές της εργασίας σας ή συνεργάτες σας κ.λπ.);



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα τηλε-εργασίας μέσω ίντερνετ, τώρα

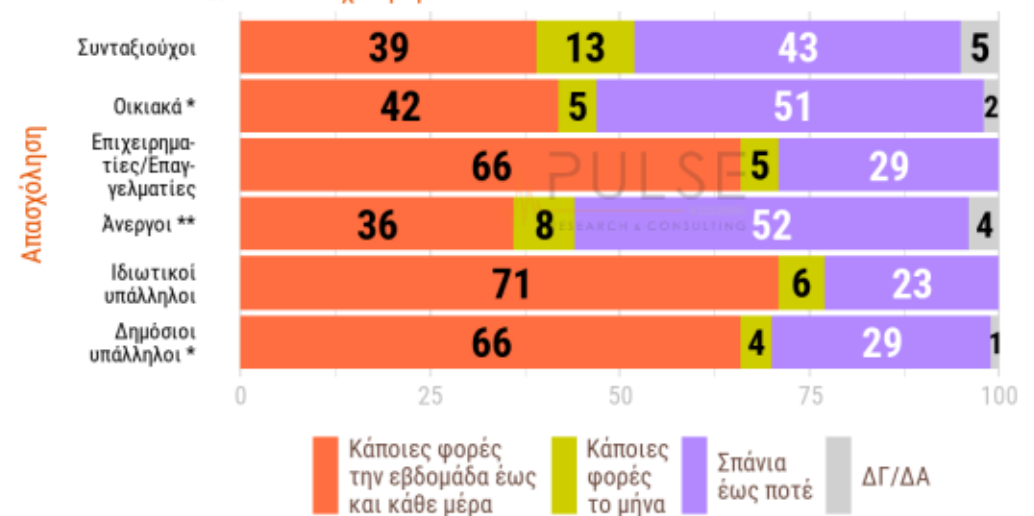
Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα  
// ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα τηλε-εργασίας μέσω ίντερνετ, τώρα

Όσοι στο ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα  
// ανά Απασχόληση



© 2020 Pulse RC

# Συχνότητα επισκέψεων σε καταστήματα της περιοχής, τώρα (Σύνολο δείγματος - Αναλυτική παρουσίαση)

(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )



## Συχνότητα επίσκεψης, για αγορές, σε καταστήματα της περιοχής, τώρα

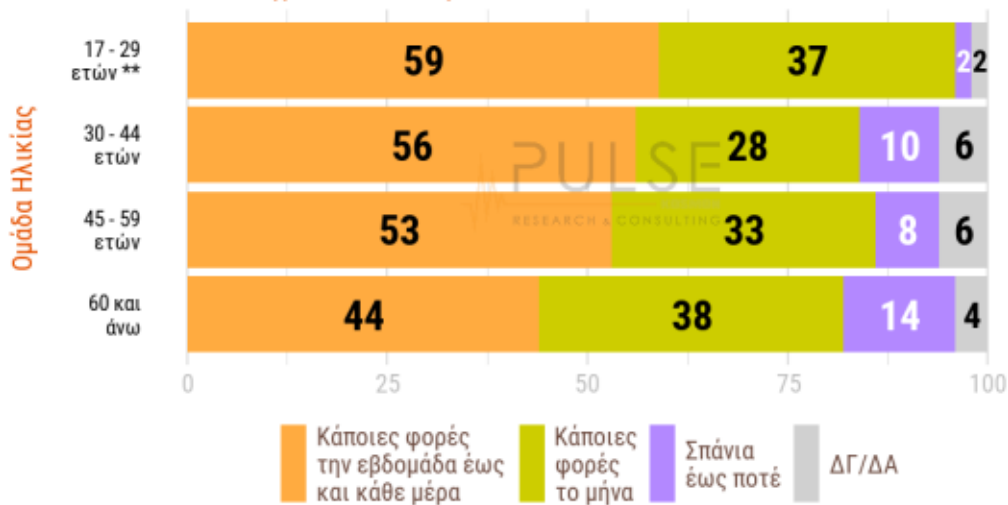
Σύνολο δείγματος



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα επίσκεψης, για αγορές, σε καταστήματα της περιοχής, τώρα

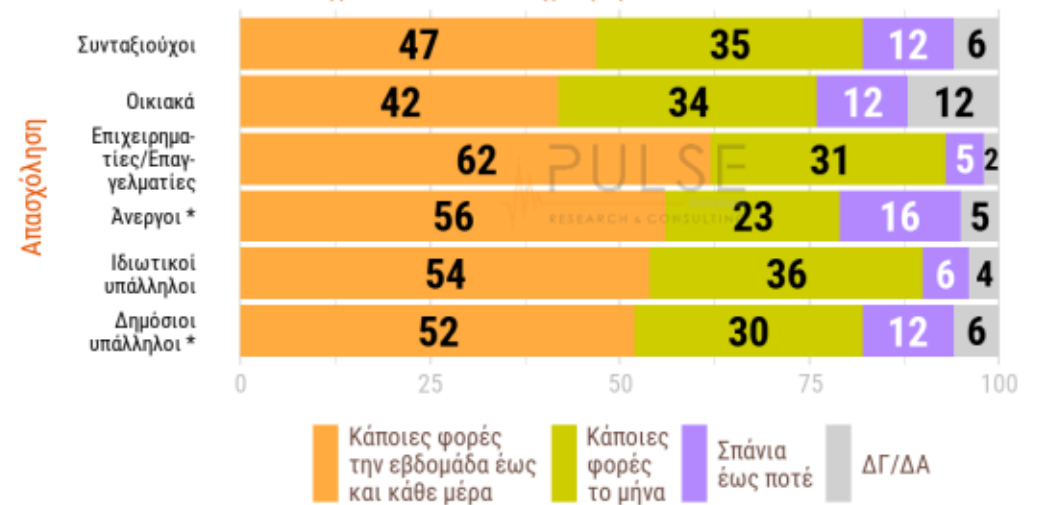
Σύνολο δείγματος // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

## Συχνότητα επίσκεψης, για αγορές, σε καταστήματα της περιοχής, τώρα

Σύνολο δείγματος // ανά Απασχόληση



© 2020 Pulse RC

## **Ποιοτικά στοιχεία - Αξιολόγηση ηλεκτρ. καταστημάτων (e-shops)** (Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα - Αναλυτική παρουσίαση)

(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )

## Περισσότερες αγορές μέσω ίντερνετ, από Ελλάδα ή από εξωτερικό;

Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο ίντερνετ  
από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα

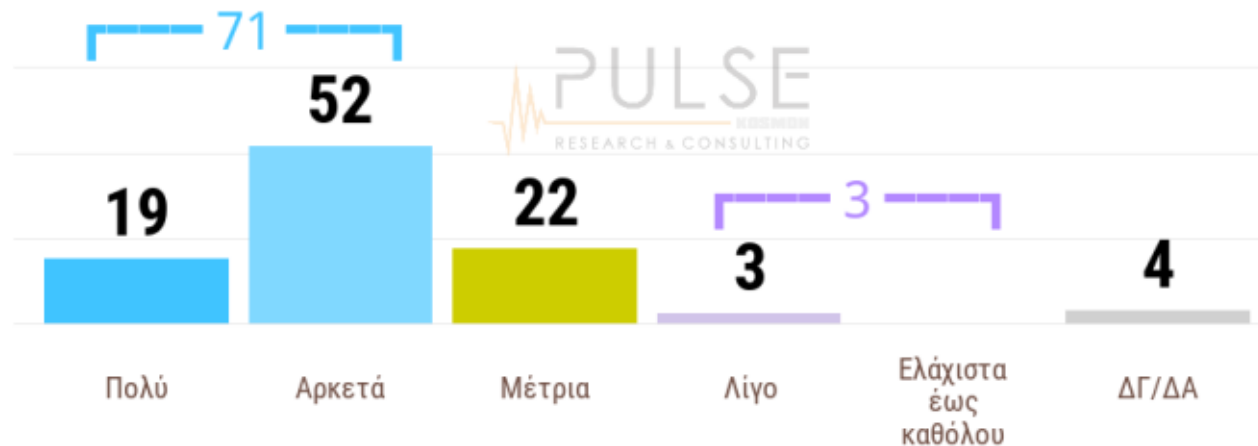


© 2020 Pulse RC

**Πόσο εμπιστεύεστε τις αγορές και τις συναλλαγές στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops);**

Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα

*Γενικά, εσείς προσωπικά, πόσο θα λέγατε ότι εμπιστεύεστε τις αγορές και τις συναλλαγές στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) στο Ίντερνετ;*

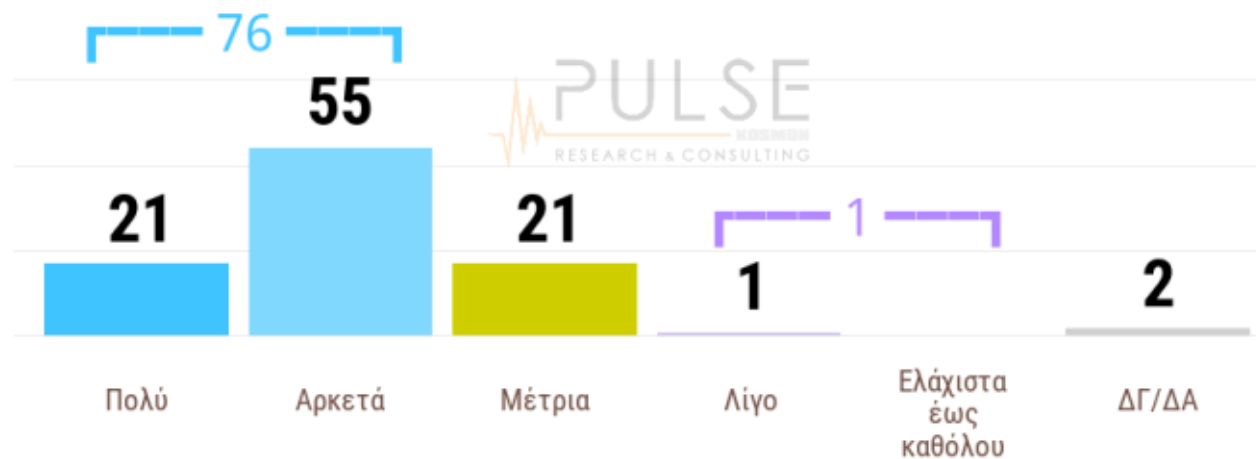


© 2020 Pulse RC

**Πόσο καλύπτουν τις ανάγκες σας, η ποικιλία και η ποιότητα των ειδών στα e-shops;**

Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα

Και πόσο θα λέγατε ότι καλύπτουν τις ανάγκες σας, η ποικιλία και η ποιότητα των ειδών στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) στο Ίντερνετ;

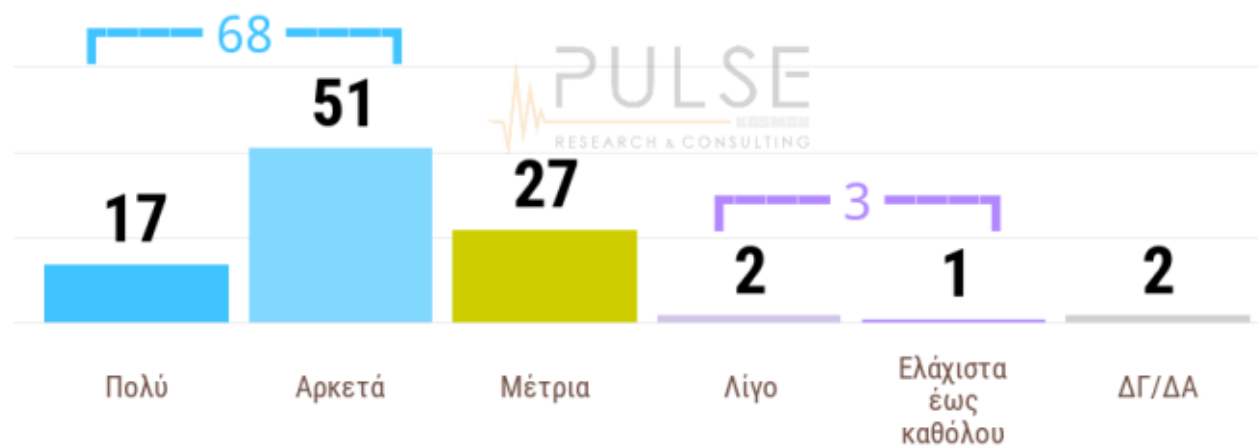


© 2020 Pulse RC

**Πόσο σας ικανοποιεί η ποιότητα εξυπηρέτησης  
 στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops);**

Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ  
 από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα

*Και πόσο θα λέγατε ότι σας ικανοποιούν η ποιότητα της εξυπηρέτησης (όπως συνέπεια - τιμές - υποστήριξη) στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop) στο Ίντερνετ;*



© 2020 Pulse RC

# **Ο Ρόλος των Επιμελητηρίων στην πληροφόρηση / υποστήριξη**

(Σύνολο δείγματος - Αναλυτική παρουσίαση)

(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

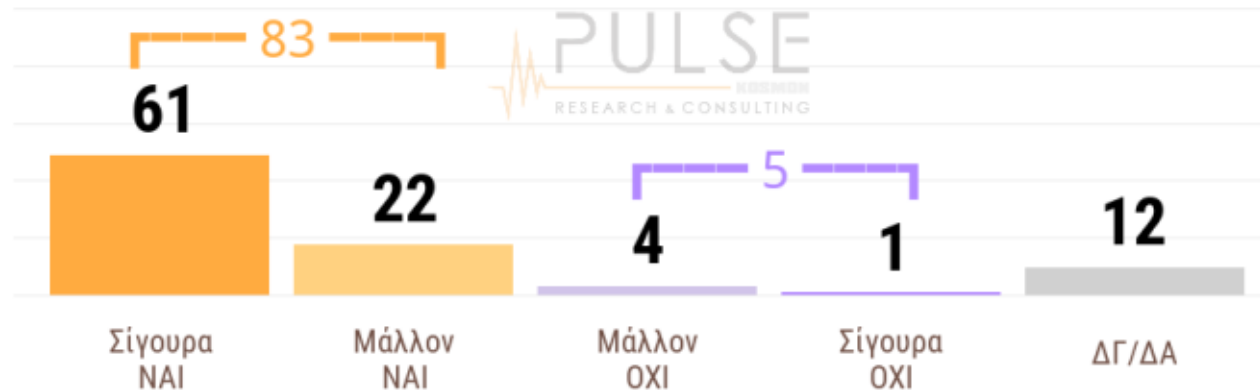
\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )



**Τα Επιμελητήρια ΠΡΕΠΕΙ να προσφέρουν  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

Σύνολο δείγματος

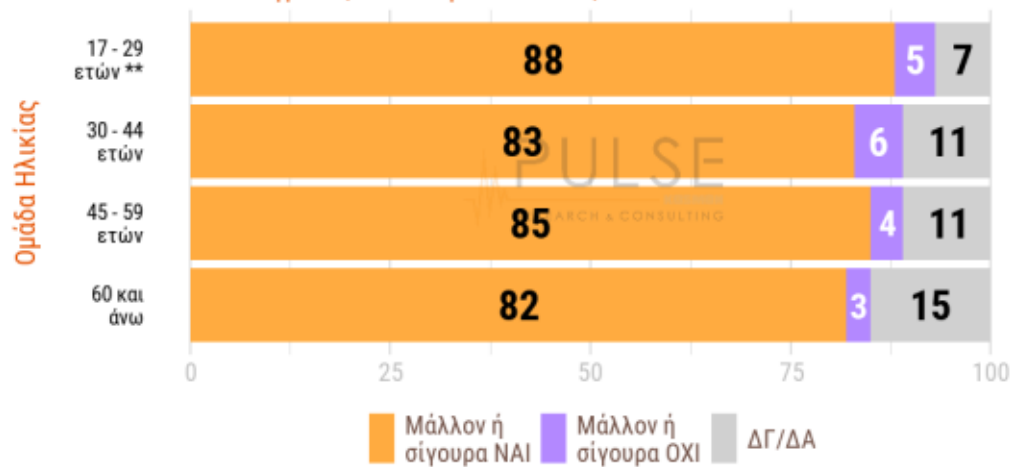
Κατά την άποψή σας, τα Επιμελητήρια της χώρας μας ΠΡΕΠΕΙ να προσφέρουν πληροφόρηση και υποστήριξη στις ελληνικές επιχειρήσεις ώστε αυτές να αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητες του Ίντερνετ, όπως ηλεκτρονικά εμπόριο/καταστήματα/υπηρεσίες;



© 2020 Pulse RC

**Τα Επιμελητήρια ΠΡΕΠΕΙ να προσφέρουν  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

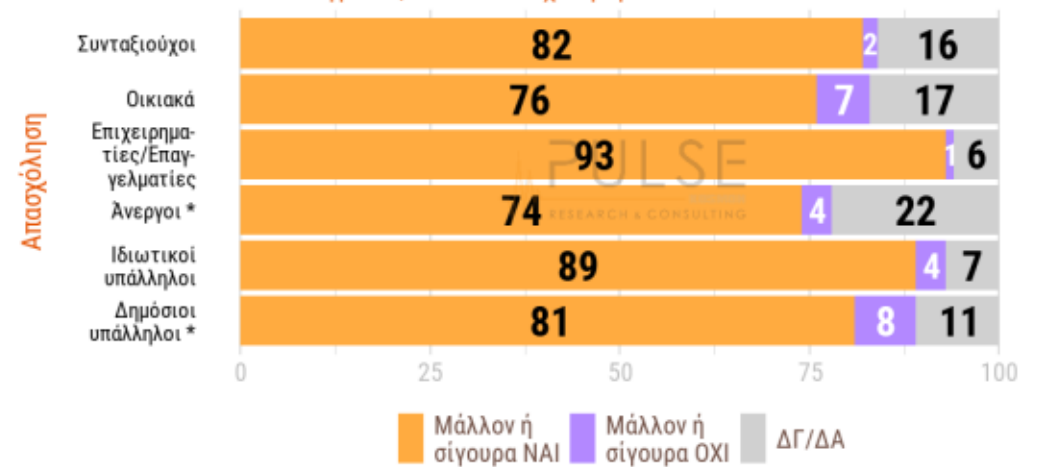
Σύνολο δείγματος // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

**Τα Επιμελητήρια ΠΡΕΠΕΙ να προσφέρουν  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

Σύνολο δείγματος // ανά Απασχόληση

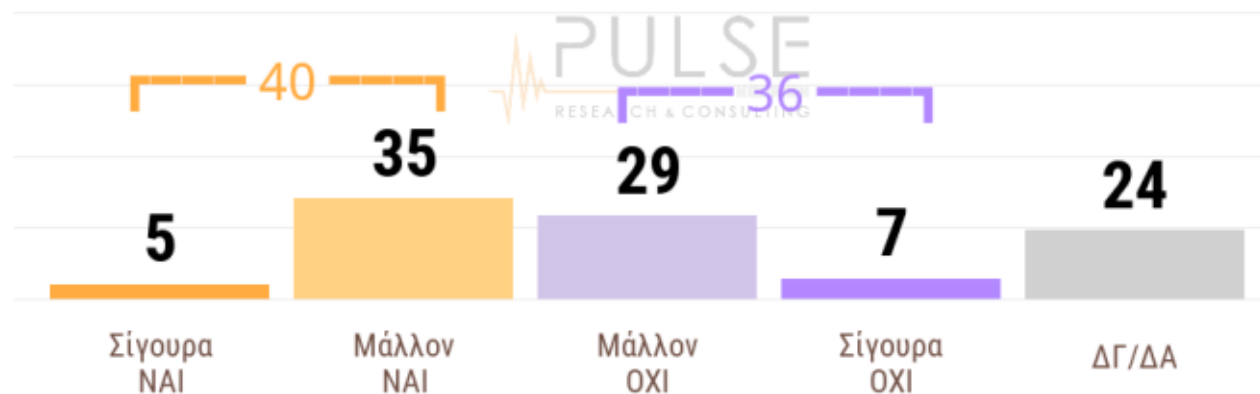


© 2020 Pulse RC

**Τα Επιμελητήρια προσφέρουν ΤΩΡΑ  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

Σύνολο δείγματος

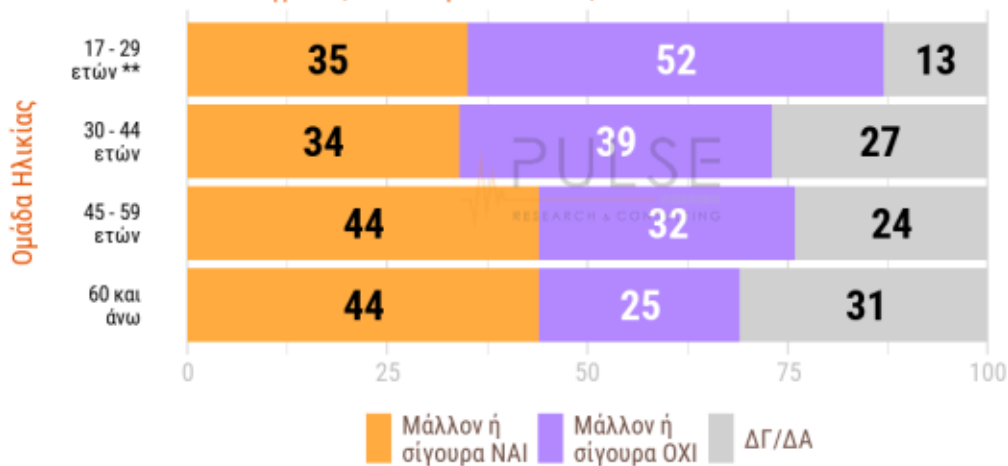
Κατά την άποψή σας, τα Επιμελητήρια της χώρας μας προσφέρουν ΤΩΡΑ  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις ελληνικές επιχειρήσεις ώστε αυτές να αξιοποιούν  
πλήρως τις δυνατότητες του Ίντερνετ, όπως ηλεκτρονικά εμπόριο/καταστήματα/υπηρεσίες;



© 2020 Pulse RC

**Τα Επιμελητήρια προσφέρουν ΤΩΡΑ  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

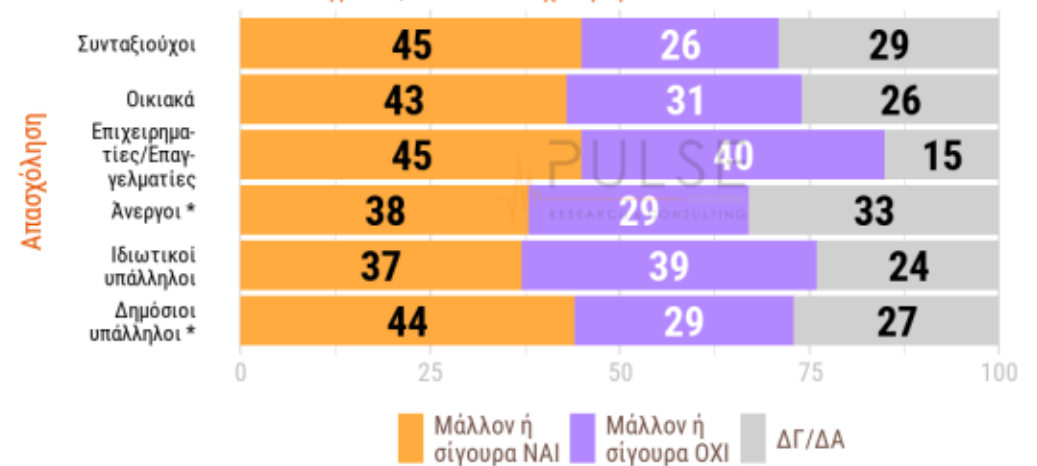
Σύνολο δείγματος // ανά Ομάδα Ηλικίας



© 2020 Pulse RC

**Τα Επιμελητήρια προσφέρουν ΤΩΡΑ  
πληροφόρηση και υποστήριξη στις επιχειρήσεις,  
για ηλεκτρονικά καταστήματα/εμπόριο/υπηρεσίες;**

Σύνολο δείγματος // ανά Απασχόληση



© 2020 Pulse RC

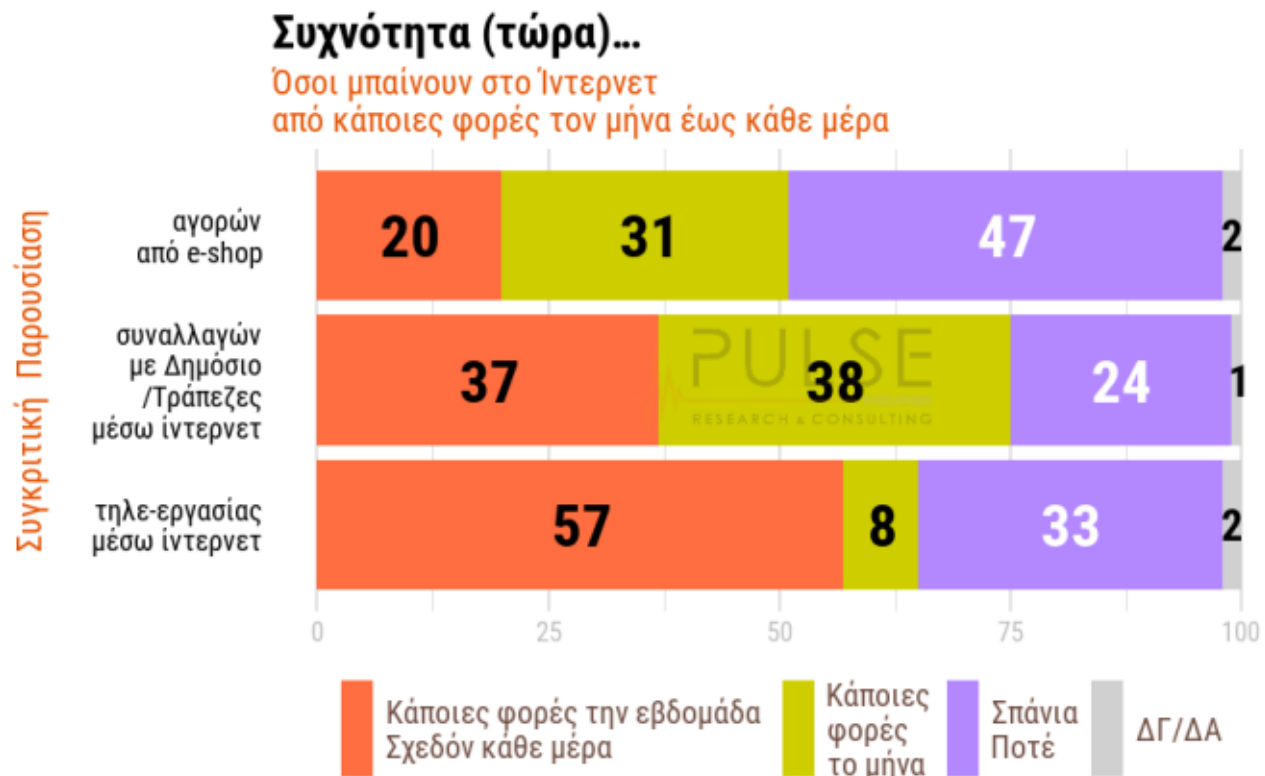
# Συγκριτικές παρουσιάσεις

**Συχνότητα χρήσης ηλεκτρονικών υπηρεσιών, τώρα**  
(Όσοι μπαίνουν στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως κάθε μέρα -  
Συγκριτική παρουσίαση)

(στάθμιση ως προς **φύλο** και **ηλικία**)

\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )



## **Αξιολόγηση ηλεκτρονικών καταστημάτων (e-shops)**

*(Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα - Συγκριτική παρουσίαση)*

*(στάθμιση ως προς φύλο και ηλικία)*

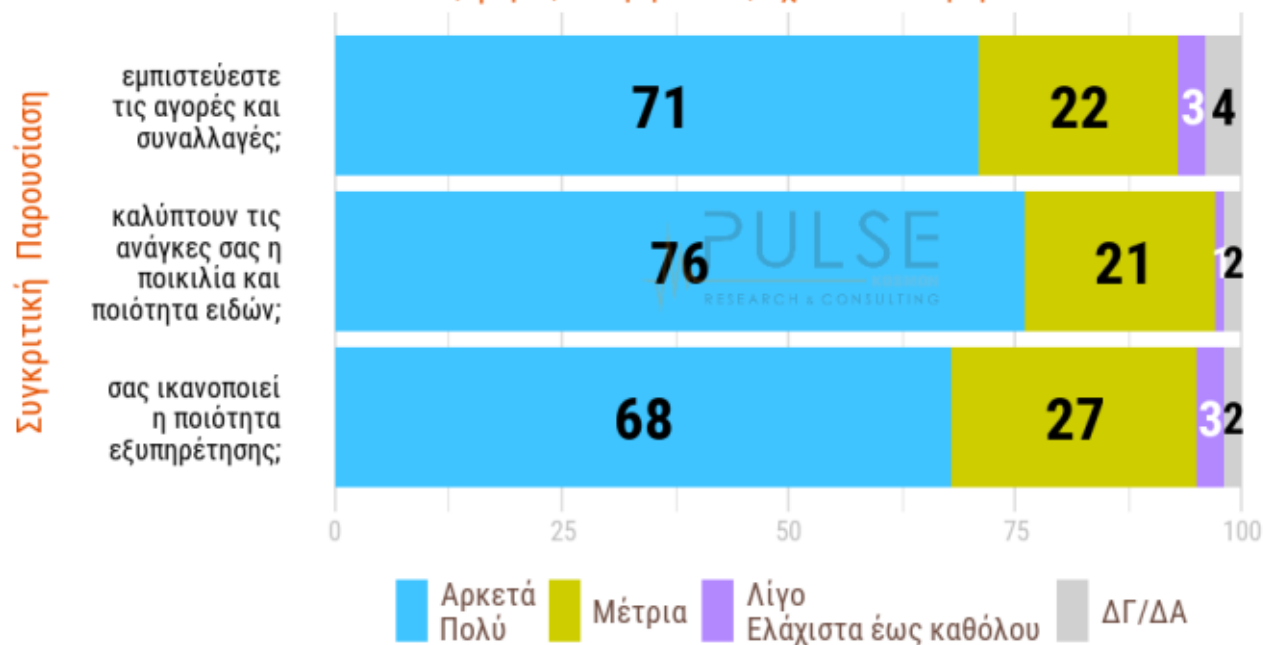
\* Ενδεικτικά αποτελέσματα λόγω μικρής βάσης (  $60 \leq n < 100$  )

\*\* Να μην ληφθούν υπόψη, λόγω πολύ μικρής βάσης (  $n < 60$  )



### Στα ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shops), πόσο...

Όσοι πραγματοποιούν αγορές σε e-shops στο Ίντερνετ από κάποιες φορές τον μήνα έως σχεδόν κάθε μέρα



© 2020 Pulse RC

## Συνοπτικό Ερωτηματολόγιο

- **Εσείς προσωπικά, πόσο συχνά μπαίνετε τώρα, στο Ίντερνετ;**  
*Σχεδόν κάθε μέρα;, Κάποιες φορές την εβδομάδα;, Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- **Πριν από την πανδημία του νέου κορωνοϊού, πόσο συχνά πραγματοποιούσατε αγορές, από ηλεκτρονικά καταστήματα, (e-shop), στο Ίντερνετ;**  
*Σχεδόν κάθε μέρα; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- **Και πόσο συχνά πραγματοποιείτε τώρα, αγορές, από ηλεκτρονικά καταστήματα (e-shop), στο Ίντερνετ;**  
*Σχεδόν κάθε μέρα; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- **Γενικά, πόσο συχνά πραγματοποιείτε τώρα, συναλλαγές, με το Δημόσιο και τις Τράπεζες, στο Ίντερνετ;**  
*Σχεδόν κάθε μέρα; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- **Γενικά, πόσο συχνά αξιοποιείτε τώρα, την τηλε-εργασία μέσω Ίντερνετ, όπως:**
  - ανταλλαγή δεδομένων ή αρχείων,
  - βιντεοκλήσεις - βιντεοδιασκέψεις,
  - διασύνδεση από το σπίτι με υπολογιστές της εργασίας σας ή συνεργάτες σας,
  - και λοιπά;*Σχεδόν κάθε μέρα; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- **Πριν από την πανδημία του νέου κορωνοϊού, πόσο συχνά επισκεπτόσασταν κάποιο κατάστημα της περιοχής σας (καταστήματα τροφίμων, φαρμακεία, περίπτερα και λοιπά), για αγορά διάφορων ειδών;**  
*Σχεδόν κάθε μέρα; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα;  
Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*

- Και πόσο συχνά επισκέπτεστε τώρα, κάποιο κατάστημα της περιοχής σας, (καταστήματα τροφίμων, φαρμακεία, περίπτερα και λοιπά), για αγορά διάφορων ειδών;  
*Σχεδόν κάθε μέρα;; Κάποιες φορές την εβδομάδα; Κάποιες φορές το μήνα; Σπάνια; Ποτέ; ΔΓ/ΔΑ*
- Από τις όποιες αγορές κάνετε στο Ίντερνετ, περισσότερες είναι από ηλεκτρονικά καταστήματα, (e-shop),
  - της Ελλάδας;
  - του εξωτερικού;
  - ή είναι περίπου μοιρασμένες;*Περισσότερες από Ελλάδα;; Περίπου μοιρασμένες;; Περισσότερες από εξωτερικό; ΔΓ/ΔΑ*
- Γενικά, εσείς προσωπικά, πόσο θα λέγατε ότι εμπιστεύεστε τις αγορές και τις συναλλαγές, στα ηλεκτρονικά καταστήματα, (e-shop), στο Ίντερνετ;  
*Πολύ; Αρκετά; Μέτρια; Λίγο; Ελάχιστα έως Καθόλου; ΔΓ/ΔΑ*
- Και πόσο θα λέγατε ότι καλύπτουν τις ανάγκες σας, η ποικιλία και η ποιότητα των ειδών, στα ηλεκτρονικά καταστήματα, (e-shop), στο Ίντερνετ;  
*Πολύ; Αρκετά; Μέτρια; Λίγο; Ελάχιστα έως Καθόλου; ΔΓ/ΔΑ*
- Και πόσο θα λέγατε ότι σας ικανοποιούν, η ποιότητα της εξυπηρέτησης, (όπως συνέπεια - τιμές - υποστήριξη), στα ηλεκτρονικά καταστήματα, (e-shop), στο Ίντερνετ;  
*Πολύ; Αρκετά; Μέτρια; Λίγο; Ελάχιστα έως Καθόλου; ΔΓ/ΔΑ*
- Κατά την άποψή σας, τα Επιμελητήρια της χώρας μας, πρέπει να προσφέρουν πληροφόρηση και υποστήριξη στις ελληνικές επιχειρήσεις, ώστε αυτές να αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητες του Ίντερνετ, (όπως ηλεκτρονικά.... εμπόριο, καταστήματα, υπηρεσίες);  
*Σίγουρα ναι; Μάλλον ναι; Μάλλον όχι; Σίγουρα όχι; ΔΓ/ΔΑ*
- Κατά την άποψή σας, τα Επιμελητήρια της χώρας μας, προσφέρουν τώρα πληροφόρηση και υποστήριξη στις ελληνικές επιχειρήσεις, ώστε αυτές να αξιοποιούν πλήρως τις δυνατότητες του Ίντερνετ, (όπως ηλεκτρονικά.... εμπόριο, καταστήματα, υπηρεσίες);  
*Σίγουρα ναι; Μάλλον ναι; Μάλλον όχι; Σίγουρα όχι; ΔΓ/ΔΑ*