**Πρώτος σύντομος σχολιασμός**

Ιδιαιτέρως ενδιαφέροντα αποτελέσματα και συμπεράσματα προκύπτουν από την τακτική διερεύνηση των καταναλωτών της Περιφέρειας της Αθήνας, από την **Pulse** RC σε συνεργασία και για λογαριασμό του **Επαγγελματικού Επιμελητήριου Αθηνών**.

Η έρευνα αποτυπώνει αξιόλογες διαφοροποιήσεις στην **διάθεση**, στις **επιλογές** και στις **καταναλωτικές συνήθειες** - *όπως καταγράφονται μέσα από την οπτική των ίδιων των καταναλωτών* - λόγω της πανδημίας και των οικονομικών συνεπειών της, στο τέλος του 2020 και στην αυγή του 2021!

**Από την πρώτη ανάγνωση της έρευνας, συνοπτικά…**

1. Σχεδόν όλοι οι Έλληνες (το **89**%) χρησιμοποιούν πλέον **τακτικά** το **Ίντερνετ** (*από «κάποιες φορές την εβδομάδα» έως «****κάθε μέρα****» - η συντριπτική πλειονότητα:* ***77****%*)!

**Ενδιαφέρουσα** είναι η διαπίστωση ότι οι **μισοί** συνταξιούχοι (*και οι μισοί της ηλικιακής ομάδας «60 ετών και άνω»*) μπαίνουν στο Ίντερνετ **κάθε μέρα** (*και πάνω από 7 στους 10, μπαίνουν* ***τακτικά***)!

1. Οι 6 στους 10 από αυτούς (**58**%), πλέον, αξιοποιούν και τα ηλεκτρονικά καταστήματα / e-shop, παραγγέλνοντας/αγοράζοντας προϊόντα και υπηρεσίες! Σε όλες τις ηλικιακές ομάδες (*εκτός της «60 και άνω»*) και σε όλους τους **εργαζόμενους**, το αντίστοιχο ποσοστό είναι «πλειοψηφικό»!

**Αποκαλυπτική** είναι η χρονοσειρά του ερωτήματος αυτού (*χρονική εξέλιξη: «πριν από την πανδημία», τον «Απρίλιο 2020» και τον «Δεκέμβριο 2020»*), όπως προκύπτει από τις τακτικές έρευνες του **Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών**: από **40**% πριν από την πανδημία, στο **58**% σήμερα, μιάμιση φορά επάνω: +**18**%!

1. Όσον αφορά με το αν οι Έλληνες **ξοδεύουν** τώρα *(την περίοδο της πανδημίας)* και σε σύγκριση με πριν από την εμφάνιση του νέου κορωνοϊού, **περισσότερο** ή **λιγότερο**, προκύπτει ότι (*και στις τρεις βασικές κατηγορίες που μετρήθηκαν: «αγορές-ψώνια», «αποταμίευση», «ασφάλειες»*) οι περισσότεροι μείωσαν τα χρήματα που ξοδεύουν!

* Μόνο το **11**% αύξησε τα χρήματα που ξοδεύει για «**αγορές και ψώνια**» - ενώ το 31% τα κράτησε σταθερά
* Μόνο το **21**% αύξησε την «**αποταμίευσή**» του - ενώ το 31% την διατήρησε στα ίδια επίπεδα
* Μόλις το **6**% αύξησε τα χρήματα που διαθέτει για «**ασφάλειες και ασφαλιστικά προγράμματα**» - ενώ το 34% τα κράτησε σταθερά

Πάντως, ακόμα και αυτά τα μικρά σχετικά ποσοστά αυξήσεων προέρχονται κυρίως από τους συμπολίτες μας που χαρακτηρίζουν την οικονομική τους κατάσταση ως «Άνετη» (*και λιγότερο ως «Μέτρια»*), ενώ μεταξύ αυτών που χαρακτηρίζουν την οικονομική τους κατάσταση ως «Δύσκολη» το συντριπτικό ποσοστό καταγράφει μειώσεις!

1. Μια από τις λίγες «καταναλωτικές συνήθειες» που καταγράφει **σημαντική αύξηση** είναι οι παραγγελίες και αγορές από ηλεκτρονικά καταστήματα, επιβεβαιώνοντας το αποτέλεσμα του αρχικού γενικού ερωτήματος! Το **56**% (*όλων όσοι παραγγέλνουν / αγοράζουν από e-shop*), δήλωσαν ότι **αύξησαν** *(«κάπως» ή «πολύ»*) τις ηλεκτρονικές παραγγελίες τους.

**Γενικό Συμπέρασμα**: Όχι μόνο έχει αυξηθεί το ποσοστό των καταναλωτών που αξιοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά και όσοι το χρησιμοποιούν, ξοδεύουν **περισσότερα** σε αυτά!

1. Από τις τέσσερις βασικές κατηγορίες που μετρήθηκαν στην έρευνα, τα προϊόντα που καταγράφουν την μεγαλύτερη αύξηση παραγγελιών μέσα από ηλεκτρονικά καταστήματα είναι οι «**ηλεκτρικές** και **ηλεκτρονικές συσκευές**» (*όπου συναντάμε και ορισμένα από τα πιο άρτια και οργανωμένα e-shop στην χώρα μας αλλά και διεθνώς*).

Σε χαμηλότερα ποσοστά αύξησης βρίσκουμε τα «**ρούχα και παπούτσια**» (*απόρροια ίσως και της μεγαλύτερης δυσκολίας στην παραγγελία ρούχων από απόσταση*), τα «**τρόφιμα** και **ποτά**» (*τα αντίστοιχα φυσικά καταστήματα παραμένουν ανοιχτά*) και το «**έτοιμο φαγητό** και **καφέ**» (*που είχαν ήδη αξιόλογες ηλεκτρονικές παραγγελίες λόγω και των αντίστοιχων ειδικευμένων εφαρμογών*).

1. Από τα **πιο ενδιαφέροντα** αποτελέσματα της έρευνας, καταγράφονται στους επαναλαμβανόμενους **δείκτες ικανοποίησης** και **αξιολόγησης** της «ποικιλίας – ποιότητας» και της «ποιότητας εξυπηρέτησης» από τα ηλεκτρονικά καταστήματα - e-shop, όπως αυτά διερευνώνται στις τακτικές έρευνες του **Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών**.

Αν και το πλήθος το πελατών τους, όπως και οι παραγγελίες αυτών, αυξήθηκαν εντυπωσιακά την περίοδο της πανδημίας, η ικανοποίηση και η αξιολόγησή τους **επιδεινώθηκαν** σημαντικά!

Η «**κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών από την ποικιλία και την ποιότητα των ειδών**» διατηρεί θετικό ισοζύγιο αξιολόγησης (***46****% υψηλή ικανοποίηση έναντι* ***14****% χαμηλής*).

Η «**ικανοποίηση από την ποιότητα εξυπηρέτησης**» όμως (*ίσως κυρίως λόγω των προβλημάτων μεταφοράς και παράδοσης*) καταγράφει σχεδόν ισοπαλία υψηλής και χαμηλής αξιολόγησης (28% - 25%)!

**Εν κατακλείδι**: Η αγορά, οι επαγγελματίες και οι επιχειρηματίες έχουν δεχτεί **σημαντικότατο πλήγμα** από την πανδημία και τις οικονομικές συνέπειές της. Στη μεγάλη μείωση της κατανάλωσης, όπως αποτυπώνεται και μέσα από τα μάτια των καταναλωτών - *και παράλληλα με κάθε άλλη υποστηρικτική προσπάθεια* - προβάλουν ως σημαντικό βοήθημα και διέξοδος και τα **ηλεκτρονικά καταστήματα**!

Οι προοπτικές είναι εντυπωσιακές, όχι μόνο στην τρέχουσα περίοδο της πανδημίας, αλλά εξίσου και μετά! Τα **επιμελητήρια** μπορούν να έχουν αξιόλογο ρόλο και λόγο σε αυτή την κατεύθυνση.

Πρέπει όμως να αντιμετωπιστούν και τα σοβαρά **προβλήματα** που ανέκυψαν κατά τη «βίαιη» ενηλικίωση του ηλεκτρονικού εμπορίου στη χώρα μας, μέσα σε - *κατά γενική ομολογία* - πρωτόγνωρα δύσκολες συνθήκες.