

Κέρδη με ένα «κλικ»

Τη στιγμή που παραδοσιακά καταστήματα κλείνουν, τα ηλεκτρονικά ανοίγουν

Της **ΛΕΤΤΑΣ ΚΑΛΑΜΑΡΑ**
l.kalamara@realnews.gr

Η ύφεση που πλήττει την κατανάλωση δεν πτοεί τις επιχειρήσεις που έχουν ακολουθήσει τον δρόμο του ηλεκτρονικού εμπορίου για την επέκταση των δραστηριοτήτων τους. Είναι γεγονός πως εδώ και μια διετία σημειώνεται στροφή του εμπορικού κόσμου προς το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, με βάση τα στοιχεία του Eltra (Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών), έχουν καταγραφεί 3.000 ηλεκτρονικές επιχειρήσεις - από 2.000 που ήταν το 2009. Εκτιμάται όμως ότι ο

Στα 2,9 δισ. ευρώ ανήλθαν οι ηλεκτρονικές αγορές των Ελλήνων το 2012, τη στιγμή που οι διαδικτυακές επιχειρήσεις ξεπερνούν τις 4.000

αριθμός είναι μεγαλύτερος και υπολογίζεται σε περισσότερες από 4.000 ηλεκτρονικές επιχειρήσεις. Συνεπώς, την τελευταία τριετία της οικονομικής κρίσης παρατηρείται διπλασιασμός της on-line επιχειρηματικότητας και του ηλεκτρονικού εμπορίου ειδικότερα. Οι ηλεκτρονικές βιτρίνες αυξάνονται κυρίως λόγω χαμηλότερου κόστους λειτουργίας αλλά και της δυνατότητας ανταγωνιστικών προσφορών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει στη *Real money* ο **Νίκος Γουλιός**, πρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου, ιδρυτής και διευθυνών σύμβουλος της e-Travel A.E., που κα-



τέχει το pamediakopes.gr στην Ελλάδα και το tpr.ru στη Ρωσία, «υπάρχουν on-line ελληνικές επιχειρήσεις που αναπτύσσονται θεαματικά και δεν έχουν επηρεαστεί από την οικονομική κρίση».

Προβλήματα

Παρόλο που οι Έλληνες επιχειρηματίες έχουν αντιληφθεί την αξία του διαδικτύου για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους και κυρίως για την επέκτασή τους σε νέες αγορές, σημαντικά προβλήματα και εμπόδια δυσχερα-

νουν το έργο τους. «Το παράδειγμα που χρησιμοποιείται έντονα τον τελευταίο καιρό στον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι ότι ένα μεγάλο αγγλικό retail site έχει κόστος αποστολής από τη Μεγάλη Βρετανία προς την Ελλάδα για ένα δέμα μέχρι δύο κιλά 1,5 λίρες Αγγλίας, ενώ το αντίστοιχο κόστος από την Ελλάδα προς τη Μεγάλη Βρετανία είναι το τετραπλάσιο», τονίζει χαρακτηριστικά ο Ν. Γουλιός, συμπληρώνοντας ότι «ενώ υπάρχουν ευκαιρίες για τους Έλληνες επιχειρηματίες στον τομέα των λεγόμενων μικρο-εξαγωγών, δηλαδή τις εξαγωγές μι-

ΟΔΗΓΙΑ ΤΗΣ Ε.Ε.

Ο νόμος για τα cookies

ΤΟΥΣ ΕΠΟΜΕΝΟΥΣ ΜΗΝΕΣ

εντός του φθινοπώρου- αναμένεται να αποσαφηνιστεί το θέμα της ενσωμάτωσης από την Ελλάδα της ευρωπαϊκής οδηγίας για τα λεγόμενα cookies, δηλαδή τα αρχεία που περιέχουν πληροφορίες τις οποίες χρησιμοποιούν οι ιστοσελίδες για την αναγνώριση των χρηστών τους, που θα επηρεάσει σημαντικά το σύνολο της διαδικτυακής αγοράς και ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο. Στο μεταξύ, τόσο η θέσπιση του νόμου στο κοινοτικό δίκαιο όσο και η υιοθέτηση και η εφαρμογή του στο ελληνικό δίκαιο έχουν προκαλέσει σειρά συζητήσεων και διαφωνιών. Η ευρωπαϊκή οδηγία βασίζεται στην προσπάθεια ενημέρωσης των χρηστών του διαδικτύου για τον τρόπο λειτουργίας των διαδικτυακών τόπων και τις δυνατότητες που έχουν με την αποθήκευση των αρχείων cookies στους υπολογιστές των χρηστών. Οι υποστηρικτές τονίζουν πως σε αυτό το πλαίσιο είναι σε κάθε περίπτωση αποσιωπημένη. Από την άλλη πλευρά, τονίζεται πως ο τρόπος εφαρμογής της οδηγίας είναι αντίθετος προς τις συνήθειες των χρηστών, αποτελεί δυσνόητο ζήτημα για τον μέσο χρήστη, αυξάνει το κόστος εφαρμογής και δυσχεραίνει τον ανταγωνισμό. Να σημειωθεί πως υπάρχει η ήπια εφαρμογή της οδηγίας για τα cookies (implicit consensus) όσο και η ακραία (explicit).

ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΣΥΜΦΩΝΑ με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, στη χώρα μας ο αριθμός των on-line καταναλωτών αυξήθηκε σημαντικά την τελευταία πενταετία (2008-2012), με τον μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής να αγγίζει το 18,5%. Το 2012, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, σημαντική άνοδο πωλήσεων σημείωσαν προϊόντα όπως φάρμακα (+36%), αθλητικά είδη (+28%), υλικό ηλεκτρονικής εκμάθησης (+27,5%), είδη διασποχής-είδη παντοπωλείου (+25%), εισιτήρια για εκδηλώ-

κάτά μέσο όρο ετησίως 20 αγορές μέσω του διαδικτύου, συνολικής αξίας 1.600 ευρώ. Στους βασικούς δείκτες μέτρησης της on-line αγοράς παρατηρήθηκε αύξηση το 2012 κατά 25%-35%, ενώ στις συνολικές αγορές η αύξηση ήταν πάνω από 50% σε σχέση με το 2011.

Όπως επισημαίνει ο Νίκος Γουλιός, «πλέον στην Ελλάδα παρατηρείται μεγάλη ποικιλία διαθέσιμων προϊόντων και υπηρεσιών μέσω του διαδικτύου - από εισιτήρια μέχρι και τέντες για τις βεράντες. Η Ελλάδα κάνει πολλά βήματα και λόγω οικονομικής κρίσης και λόγω τεχνολογικής ωριμότητας προκειμένου να ενισχύσει την παρουσία της στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Ακόμη μεγαλύτερος είναι όμως ο αριθμός εκείνων που συλλέγουν πληροφορίες και προσφορές στο διαδίκτυο για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία αλλά στο τέλος φωνάζουν από το φυσικό κατάστημα». Η ενίσχυση της εμπιστοσύνης μεταξύ των καταναλωτών και των on-line επιχειρήσεων, αλλά και η δυνατότητα των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις ενός κοινού χωρίς σύνορα και γεωγραφικούς περιορισμούς αποτελούν καθοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σύμφωνα με τον Ν. Γουλιό, «το ηλεκτρονικό εμπόριο ανοίγει νέους δρόμους στην επιχειρηματικότητα και την απασχόληση. Απαιτούνται περισσότερο τεχνολογικά καταρτισμένοι άνθρωποι που θα στελεχώσουν τις εταιρείες».

Οι καθοριστικοί παράγοντες για την ανάπτυξη των on-line επιχειρήσεων

σεις (συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, κινηματογράφο, +16,2%). Αντίθετα, μείωση κατέγραψαν οι κατηγορίες: υπηρεσίες τηλεπικοινωνιών (-40%), εξαρτήματα Η/Υ - hardware (-37,1%), διαμονή σε καταλύματα (-26%), λογισμικό ηλεκτρονικών υπολογιστών (-25,9%), παιχνίδια για ηλεκτρονικό υπολογιστή (-22,9%). Το 13,7% των καταναλωτών πραγματοποίησε την αγορά μέσω κάποιας φορητής συσκευής. Σύμφωνα με το Eltra, οι Έλληνες το 2012 συνολικά αγόρασαν on-line προϊόντα ή υπηρεσίες αξίας 2,9 δισ. ευρώ και έκαναν

κρών σε όγκο αλλά μεγάλης αξίας προϊόντων, η χώρα μας εξαιτίας των κοστοβόρων διαδικασιών καθίσταται πιο ανταγωνιστική στο ηλεκτρονικό εμπόριο, τόσο στο πλαίσιο της Ευρώπης όσο και διεθνώς».

ΚΡΙΣΗ

Την τελευταία τριετία της οικονομικής κρίσης παρατηρείται διπλασιασμός της on-line επιχειρηματικότητας και του ηλεκτρονικού εμπορίου

Ποιοι κρατούν τα νιά

Χάσμα και στο ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ της βόρειας και της νότιας Ευρώπης διαπιστώνει σε πρόσφατο έρευνά της η διεθνής εταιρεία ερευνών Mintel, με έδρα στη Μεγάλη Βρετανία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας η Ελλάδα, η Ισπανία, η Πορτογαλία και η Ιταλία εμφανίζουν χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, σε σύγκριση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, και ειδικότερα σε σύγκριση με τις χώρες του ευρωπαϊκού Βορρά. Οι αναλυτές της Mintel προβλέπουν ότι μέχρι το 2018 η αξία του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη θα διπλασιαστεί, φτάνοντας τα 323 δισ. ευρώ, από 188 δισ. ευρώ το 2013 και 166 δισ. ευρώ το 2012. Στο νέο κανάλι ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας μέσω των νέων τεχνολογιών που αφορά το εμπόριο, και κυρίως το διευρωπαϊκό εμπόριο, τα νιά κρατούν η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία και η Γαλλία, ακολουθεί η Ολλανδία, ενώ η Νορβηγία και η Σουηδία εμφανίζουν τη μεγαλύτερη κατά κεφαλήν δαπάνη στις διαδικτυακές αγορές.