

Τετάρτη 1 Ιανουαρίου 2014

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στο 61% η ανάπτυξη της αγοράς ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα

Αγκάθια παραμένουν το υψηλό κόστος και τα προβλήματα στην αποστολή παραγγελιών

Της ΔΗΜΗΤΡΑΣ ΜΑΝΙΦΑΒΑ

Μπορεί το Διαδίκτυο να μην έχει σύνορα, το ίδιο, όμως, δεν ισχύει για το ηλεκτρονικό εμπόριο, ακόμη και εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αν και οι αγορές μέσω Διαδικτύου κερδίζουν ολοένα και περισσότερο έδαφος, με την ανάπτυξη της εν λόγω αγοράς στην Ελλάδα να φτάνει το 61%, παραμένουν ακόμη άλυτα προβλήματα που σχετίζονται με την ασφάλη και ταχεία αποστολή των παραγγελιών, ειδικά όταν μια αγορά γίνεται από κατάσταση που βρίσκεται σε άλλη χώρα από αυτή του αγοραστή.

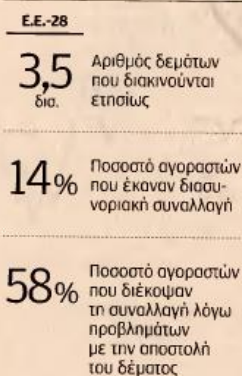
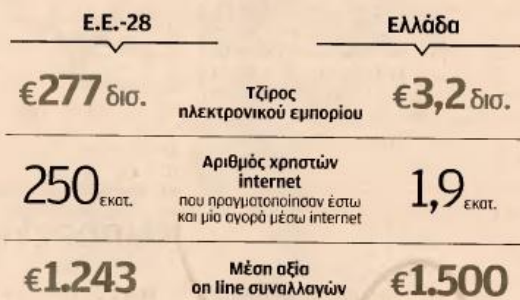
Ακριβώς το θέμα αυτό επικριεί να αντιμετωπίσει η Κομισιόν, η οποία πριν από λίγες ημέρες παρουσίασε έναν οδικό χάρτη για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς αποστολής δερμάτων. Ο οδικός χάρτης έχει τρεις πυλώνες:

1. Αύξηση διαφάνειας και πληροφόρησης. Αυτή μπορεί να επιτευχθεί: α) μέσω ειδικών ηλεκτρονικών ιστοσελίδων και εργαλείων σύγκρισης, β) μέσω ενθάρρυνσης εθελοντικών κωδικών καλών πρακτικών και γ) μέσω της συλλογής στοιχείων για τη διασυνοριακή αποστολή δερμάτων.

2. Βελτίωση διαθεσιμότητας, ποιότητας και δυνατότητας πληρωμής των μεθόδων αποστολής: μέσω της καλύτερης διασύνδεσης των ηλεκτρονικών συστημάτων, έτσι ώστε να είναι δυνατή η ανταλλαγή πληροφοριών, αλλά και να διευκολύνεται ο εντοπισμός του πακέτου σε κάθε στάδιο της διαδικασίας αποστολής.

3. Αποτελεσματική διαχείριση των παραπόνων των καταναλωτών.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο σε Ελλάδα και Ε.Ε.



λύτερο «πονοκέφαλο» για τους Ευρωπαίους καταναλωτές που κάνουν ή που επιθυμούν να κάνουν αγορές μέσω Διαδικτύου.

Για τον λόγο αυτό άλλωστε το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται με πολύ πιο αργό ρυθμό σε σχέση με το εγχώριο. Βάσει του πρόσφατου Ευρωβαρόμετρου το 40% των Ευρωπαίων πολιτών που έκανε διαδικτυακές αγορές τους τελευταίους 12 μήνες, προμηθεύτηκε προϊόντα από ηλεκτρονικό κατάστημα στη χώρα του, το 11% από κατάστημα που βρίσκεται σε άλλη χώρα-μέλος της Ε.Ε. και μόλις το 6% από χώρα εκτός Ε.Ε. Αξίζει μάλιστα να ση-

απομακρυσμένες περιοχές. Υπολογίζεται ότι οι χρεώσεις είναι διπλάσιες κατά μέσο όρο στην περίπτωση των αποστολών εκτός συνόρων σε σχέση με αυτές που ισχύουν για αποστολές εντός συνόρων. Το 19% των πολιτών θεωρεί ότι οι χαμηλότερες χρεώσεις θα ενισχύσουν σημαντικά τις διασυνοριακές ηλεκτρονικές αγορές.

Ανάλογοι προβληματισμοί υπάρχουν και στους Έλληνες καταναλωτές. Σύμφωνα με την τελευταία έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών για το ηλεκτρονικό εμπόριο, 67% των καταναλωτών θεωρεί ότι τα έξοδα αποστολής αντιπροσωπεύουν συνήθως υψηλό ποσό σε σχέση με την αξία του προϊόντος, ενώ ένα 60% δήλωσε ότι το προϊόν δεν έφτασε εγκαίρως ή εντός του χρόνου που η εταιρεία δεσμεύθηκε. Λιγότερες φαίνεται ότι είναι οι περιπτώσεις (22%) που οι καταναλωτές παρέλαβαν το προϊόν που είχαν παραγγείλει σε άσχημη κατάσταση.

Η Κομισιόν πριν από λίγες ημέρες παρουσίασε έναν οδικό χάρτη για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς αποστολής δερμάτων.

μειωθεί ότι στο 68% των περιπτώσεων που ένας αγοραστής δεν ολοκλήρωσε τη διαδικασία παραγγελίας ενός προϊόντος η αιτία ήταν ότι εντόπισε προβλήματα στη μέθοδο αποστολής. Τα σοβαρότερα ζητήματα που απασχολούν τους καταναλωτές περιλαμβάνουν την τύχη του πακέτου όταν δεν βρίσκεται κάποιος να το παραλάβει, την καθυστέρηση της αποστολής, τις καταστροφές προϊόντων πριν φτάσουν στον προορισμό τους, αλλά και τις συχνά υψηλές χρεώσεις αποστολής, ειδικά σε

Ο λόγος που οι Βρυξέλλες επικριούν μέσα και από αυτή την πρωτοβουλία να βελτιώσουν την αποστολή των δερμάτων στις διασυνοριακές ηλεκτρονικές αγορές είναι ότι αφενός η ανάπτυξη του

ηλεκτρονικού εμπορίου θεωρείται «κλειδί» για να ανακτήσει η ευρωπαϊκή οικονομία μέρος της χαμένης της ανταγωνιστικότητας και αφετέρου διότι το πρόβλημα της αποστολής αποτελεί το μεγα-

δυναμική του ηλεκτρονικού εμπορίου σε Ελλάδα και Ευρώπη, η οποία μπορεί να αυξηθεί, εάν επιλυθούν τα παραπάνω προβλήματα αρκούν μερικοί αριθμοί: σύμφωνα με τα στοιχεία του E-commerce Europe (πρόκειται για την ευρωπαϊκή ομοσπονδία εταιρειών του Διαδικτύου) η συμβολή του εν λόγω κλάδου στο ευρωπαϊκό ΑΕΠ ήταν 3,5% (16 τρις. ευρώ) και δημιούργησε 2 εκατ. άμεσες κι έμμεσες θέσεις εργασίας, ενώ στην Ελλάδα 1% με προοπτική όμως να διπλασιασθεί τα επόμενα χρόνια.

Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ