



# ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)



**ΕΒΕΘ**

ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

**PALMOSANALYSIS**   
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

## ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Έρευνα για την άποψη των επιχειρήσεων – μελών του ΕΒΕΘ  
για το ηλεκτρονικό εμπόριο

Μέγεθος Δείγματος:	194 επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου – μέλη ΕΒΕΘ
Περίοδος Δειγματοληψίας:	23 Φεβρουαρίου – 1 Μαρτίου 2021
Μέθοδος Δειγματοληψίας:	Online Ηλεκτρονικό Ερωτηματολόγιο

*Η Palmos Analysis είναι μέλος των ΣΕΔΕΑ, ESOMAR και WAPOR και έχει Αριθμό Μητρώου 11 στο Μητρώο Φορέων & Επιχειρήσεων Δημοσκοπήσεων του ΕΣΡ*



# ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ

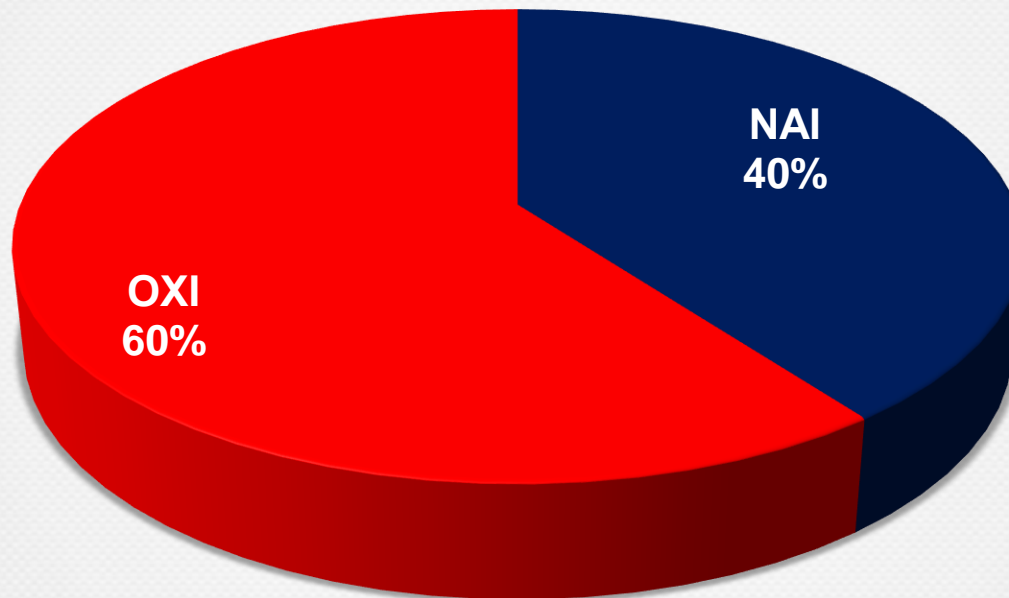


## «Σε ποιον κλάδο εμπορίας δραστηριοποιείται κυρίως η επιχείρηση;» (N=171)





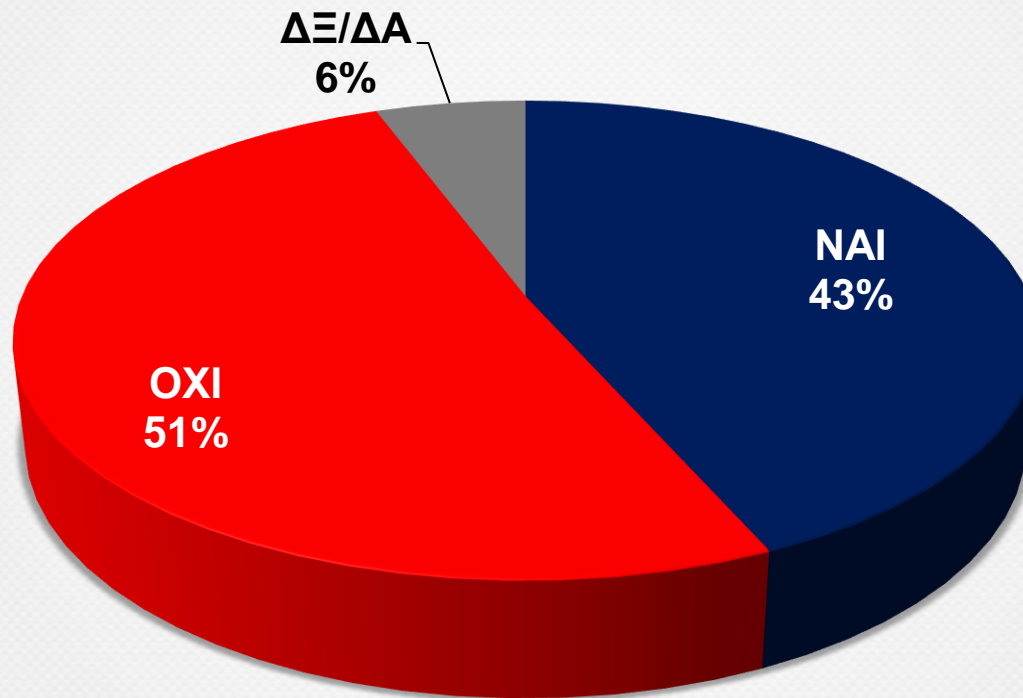
«Η επιχείρηση διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop);»  
(N=171)



«Για ποιο λόγο η επιχείρηση δε διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop);»  
(ανοιχτού τύπου, για όσους απάντησαν «Όχι» στην προηγούμενη ερώτηση κι έδωσαν απάντηση στη συγκεκριμένη – N=69)



«Η επιχείρηση συμμετέχει (διαφημίζει και πωλεί τα προϊόντα της) μέσω διαδικτυακών αγορών (marketplaces) που παρέχονται μέσω τρίτων;»  
(N=159)

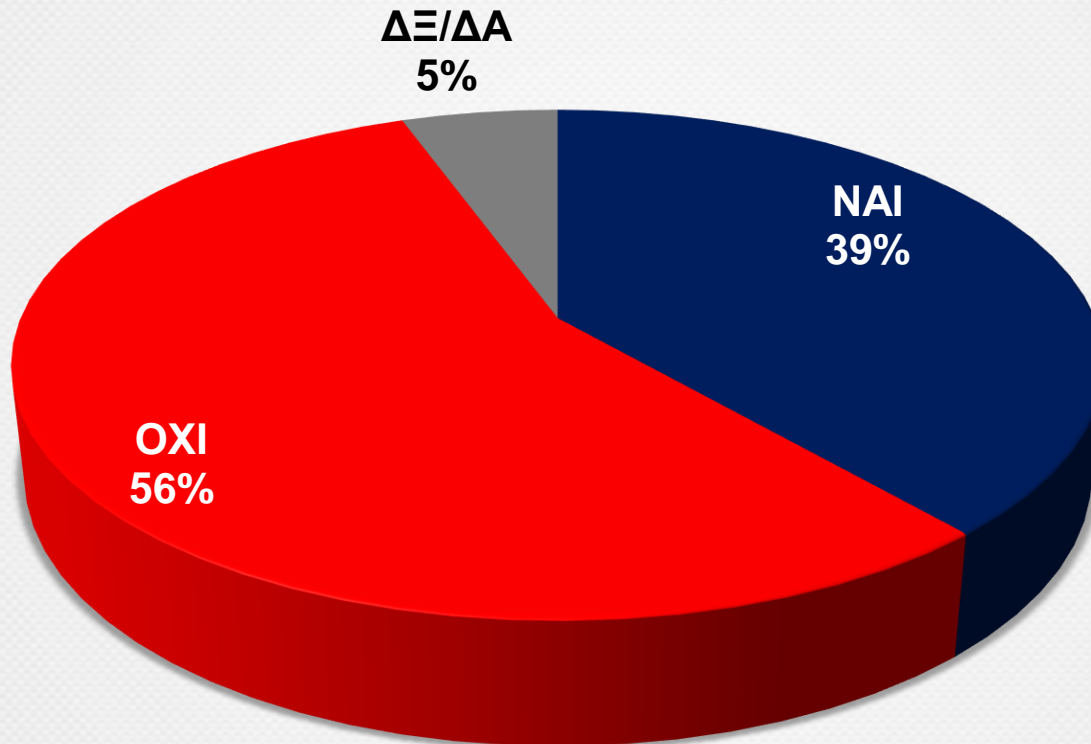


«Για ποιο λόγο η επιχείρηση δε συμμετέχει (διαφημίζει και πωλεί τα προϊόντα της) μέσω διαδικτυακών αγορών (marketplaces) που παρέχονται μέσω τρίτων;»  
(ανοιχτού τύπου, για όσους απάντησαν «Όχι» στην προηγούμενη ερώτηση κι έδωσαν απάντηση στη συγκεκριμένη – N=40)





«Η επιχείρηση συμμετέχει σε μηχανές αναζήτησης και σύγκρισης τιμών που παρέχονται μέσω τρίτων;»  
(N=145)

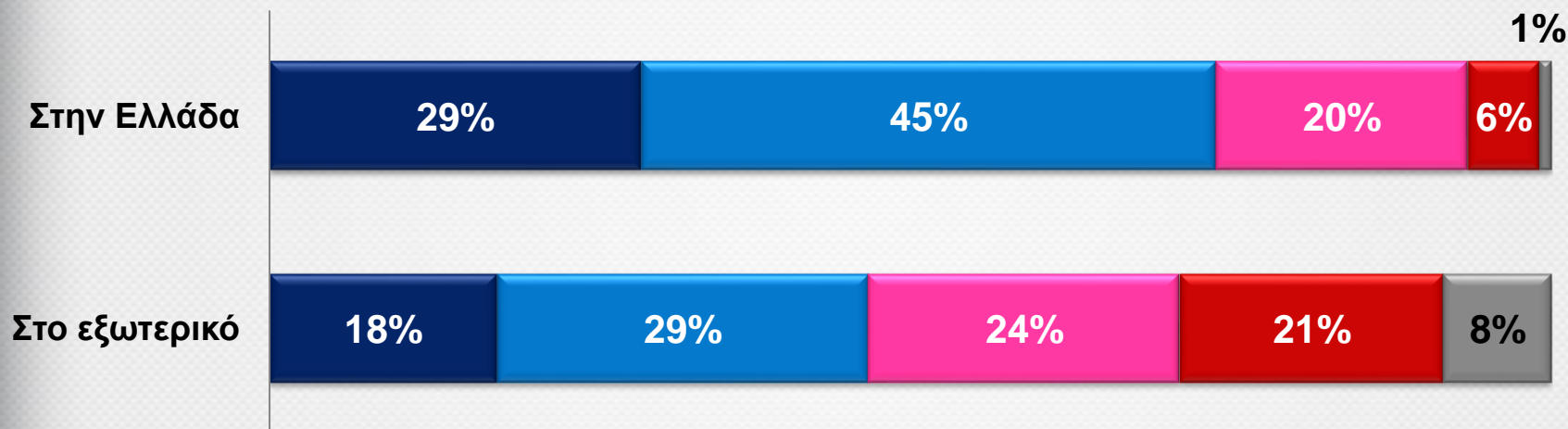


**«Για ποιο λόγο η επιχείρηση δε συμμετέχει σε μηχανές αναζήτησης και σύγκρισης τιμών που παρέχονται μέσω τρίτων;»**  
(ανοιχτού τύπου, για όσους απάντησαν «Όχι» στην προηγούμενη ερώτηση κι έδωσαν απάντηση στη συγκεκριμένη N=48)

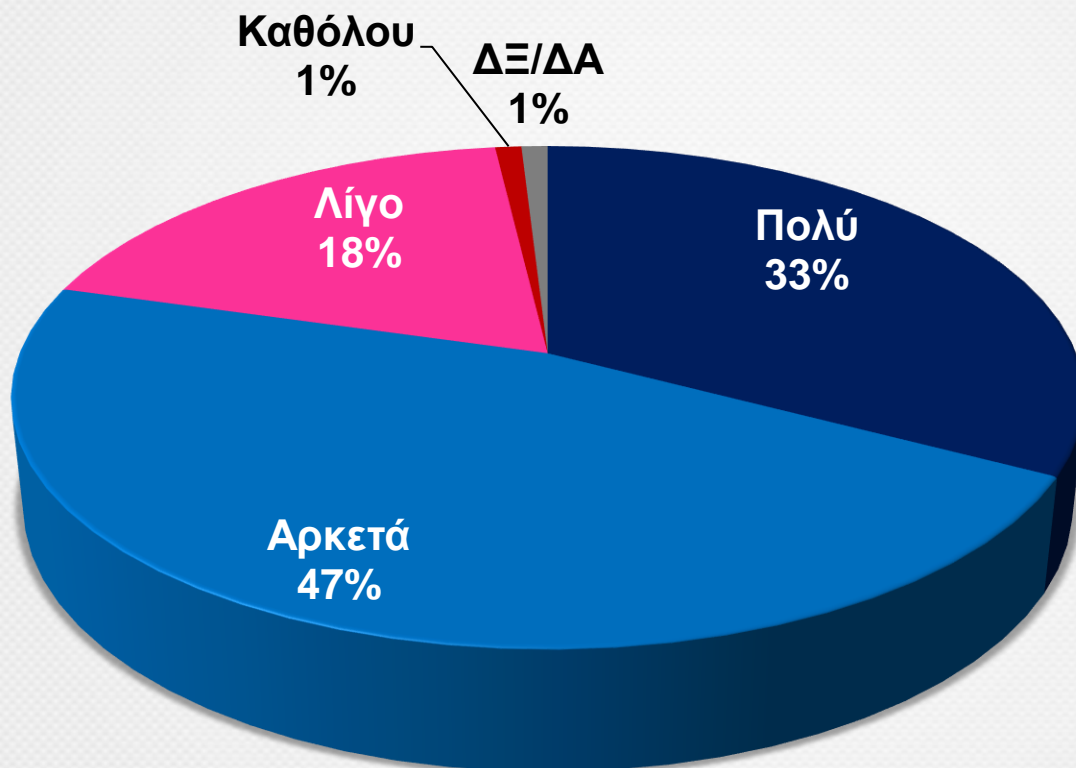


«Κατά πόσο λαμβάνετε υπόψη την εμπορική πολιτική των διαδικτυακών λιανοπωλητών στον κλάδο εμπορίας σας που εδρεύουν α) στην Ελλάδα και β) στο εξωτερικό, όταν σχεδιάζετε την εμπορική πολιτική της επιχείρησής σας;»  
(N=107)

■ Πολύ ■ Αρκετά ■ Λίγο ■ Καθόλου ■ ΔΞ/ΔΑ



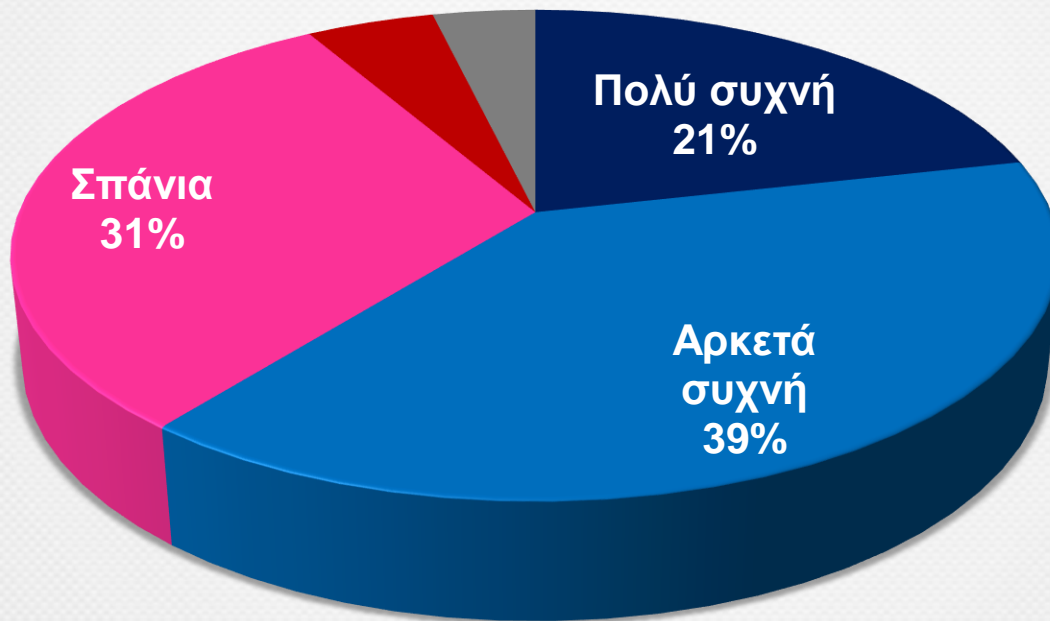
«Πόσο σημαντική θεωρείτε τη χρήση συστημάτων αξιολόγησης των προϊόντων και των λιανοπωλητών από τους καταναλωτές στις μηχανές αναζήτησης και σύγκρισης τιμών για την τελική επιλογή τους;» (N=107)





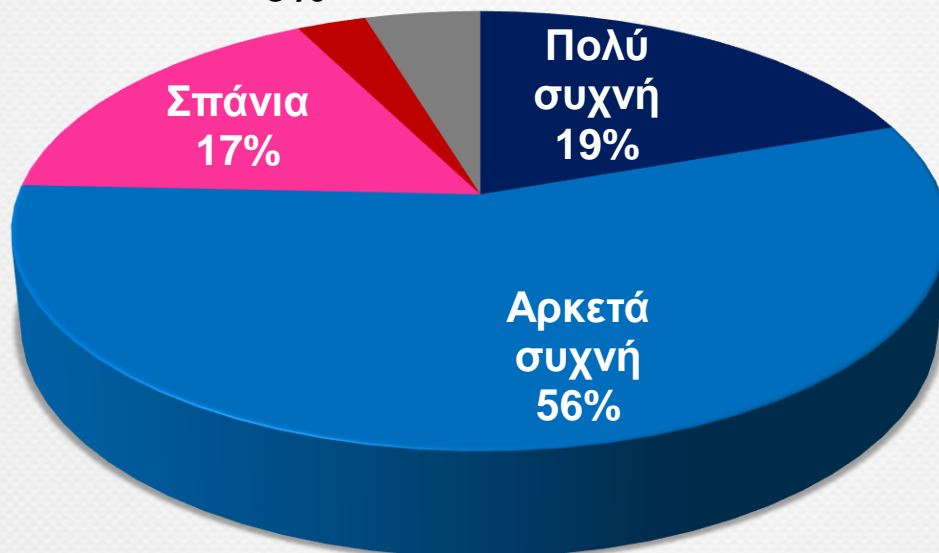
«Κατά τη γνώμη σας, πόσο συνήθης είναι η πρακτική, οι καταναλωτές να λαμβάνουν πληροφορίες ή συμβουλές ή να δοκιμάζουν κάποιο προϊόν του κλάδου εμπορίας σας σε ένα φυσικό κατάστημα και στη συνέχεια να αγοράζουν το προϊόν αυτό διαδικτυακά;» (N=107)

Ποτέ ΔΞ/ΔΑ  
5% 4%

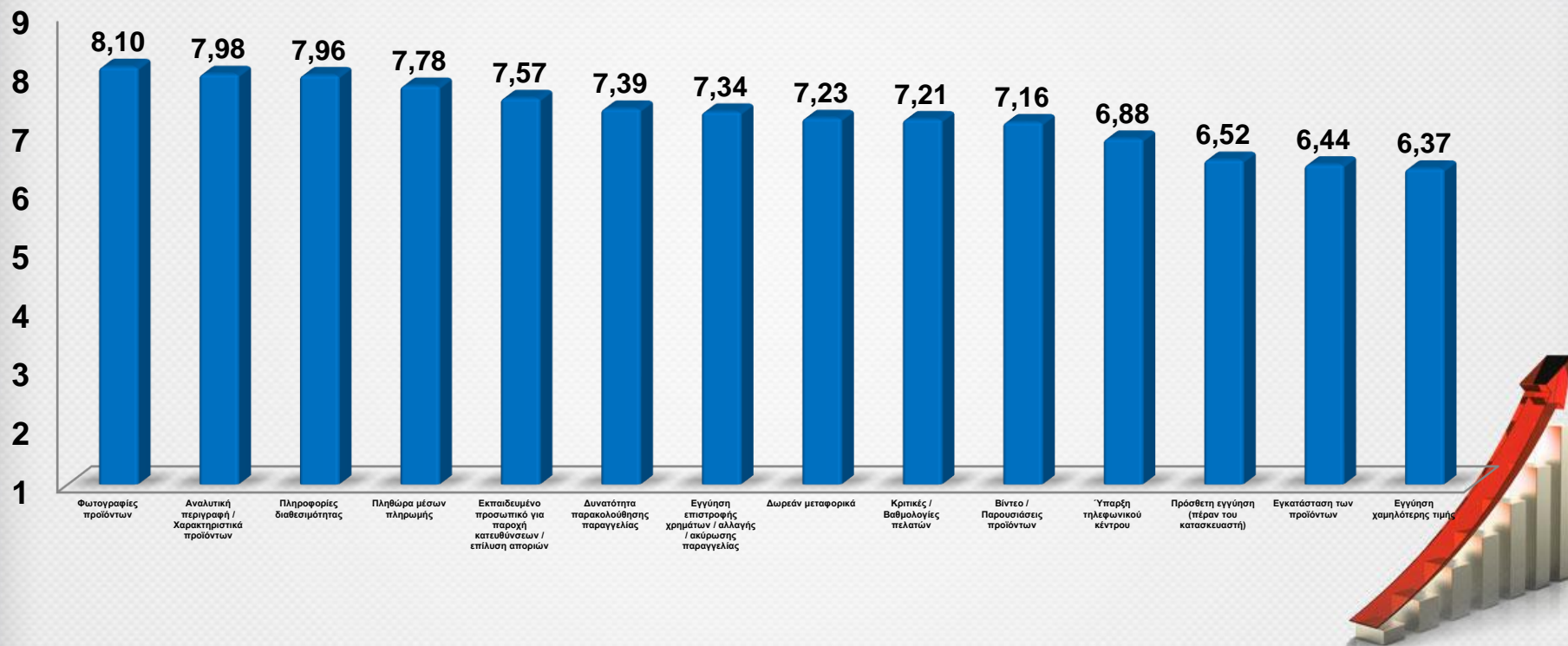


«Κατά τη γνώμη σας, πόσο συνήθης είναι η πρακτική, οι καταναλωτές να λαμβάνουν πληροφορίες ή συμβουλές ή κριτικές πελατών ή βαθμολογίες για κάποιο προϊόν του κλάδου εμπορίας σας από διαδικτυακά καταστήματα/ αγορές ή μηχανές αναζήτησης τιμών και στη συνέχεια να αγοράζουν το προϊόν αυτό σε κάποιο φυσικό κατάστημα;» (N=107)

Ποτέ ΔΞ/ΔΑ  
3% 5%



«Πόσο σημαντική θεωρείτε καθεμιά από τις παρακάτω υπηρεσίες προς τους καταναλωτές για τις πωλήσεις μέσω διαδικτύου;»  
(σε μια κλίμακα από το 1-Καθόλου σημαντική μέχρι το 9-Εξαιρετικά σημαντική - N=107)

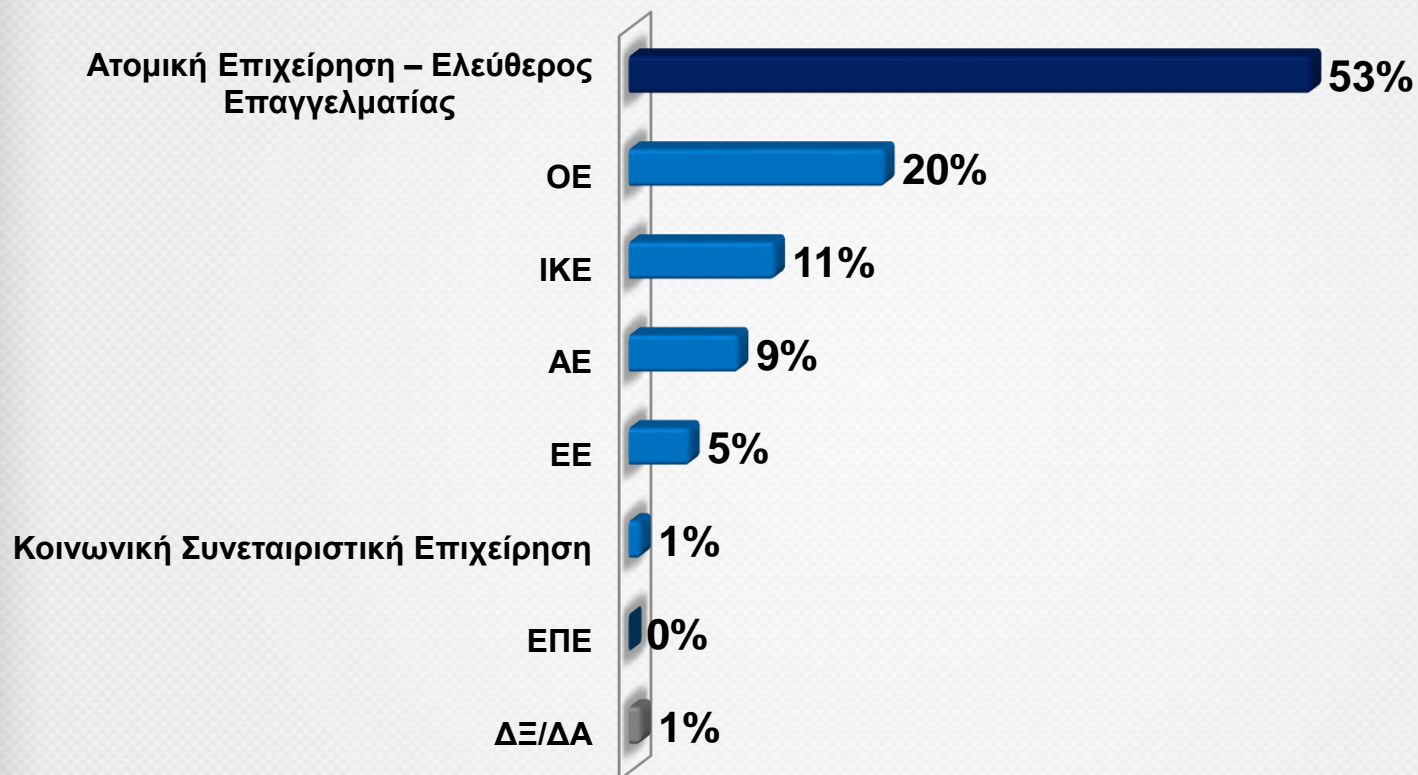


# ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

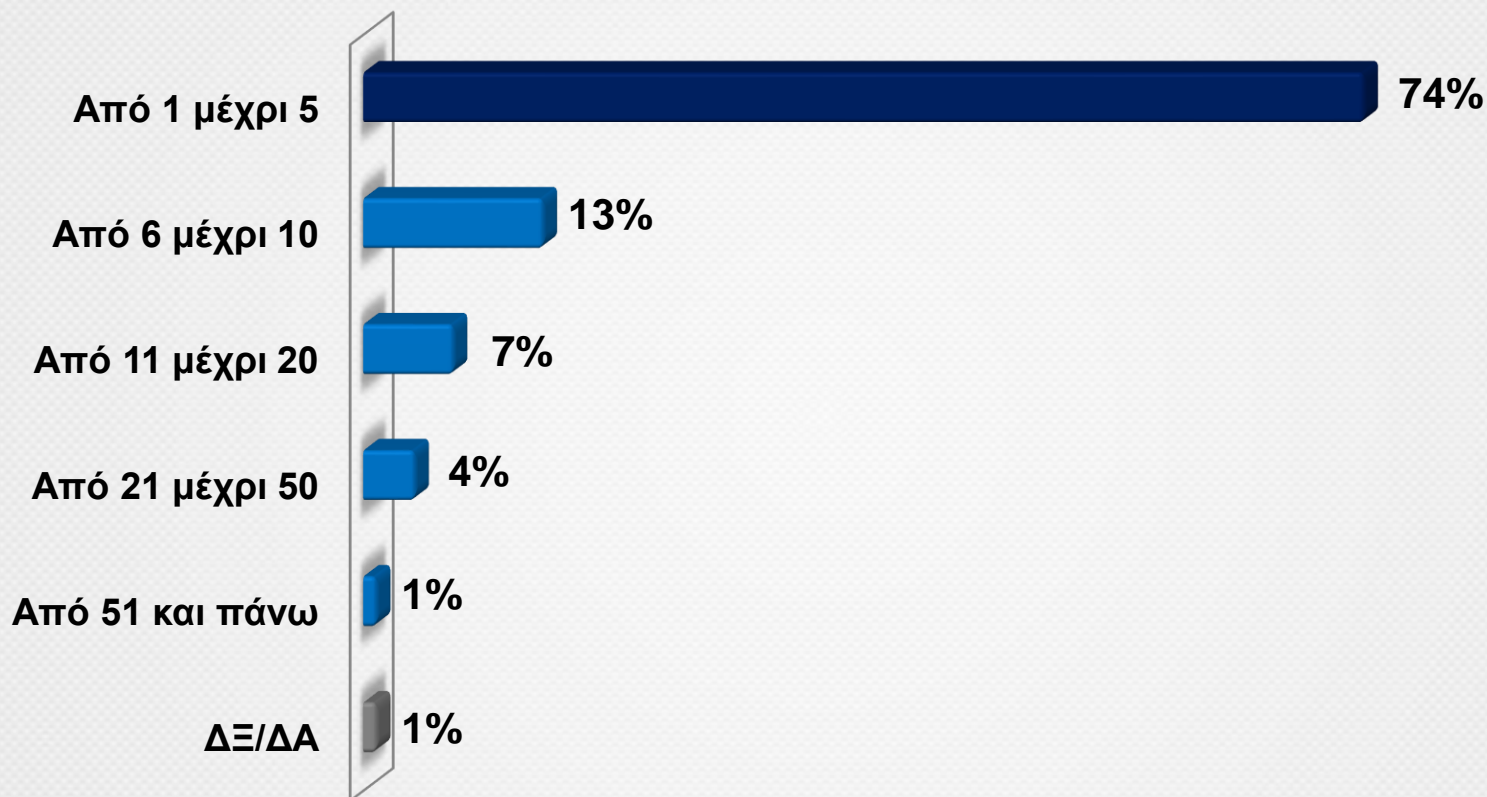




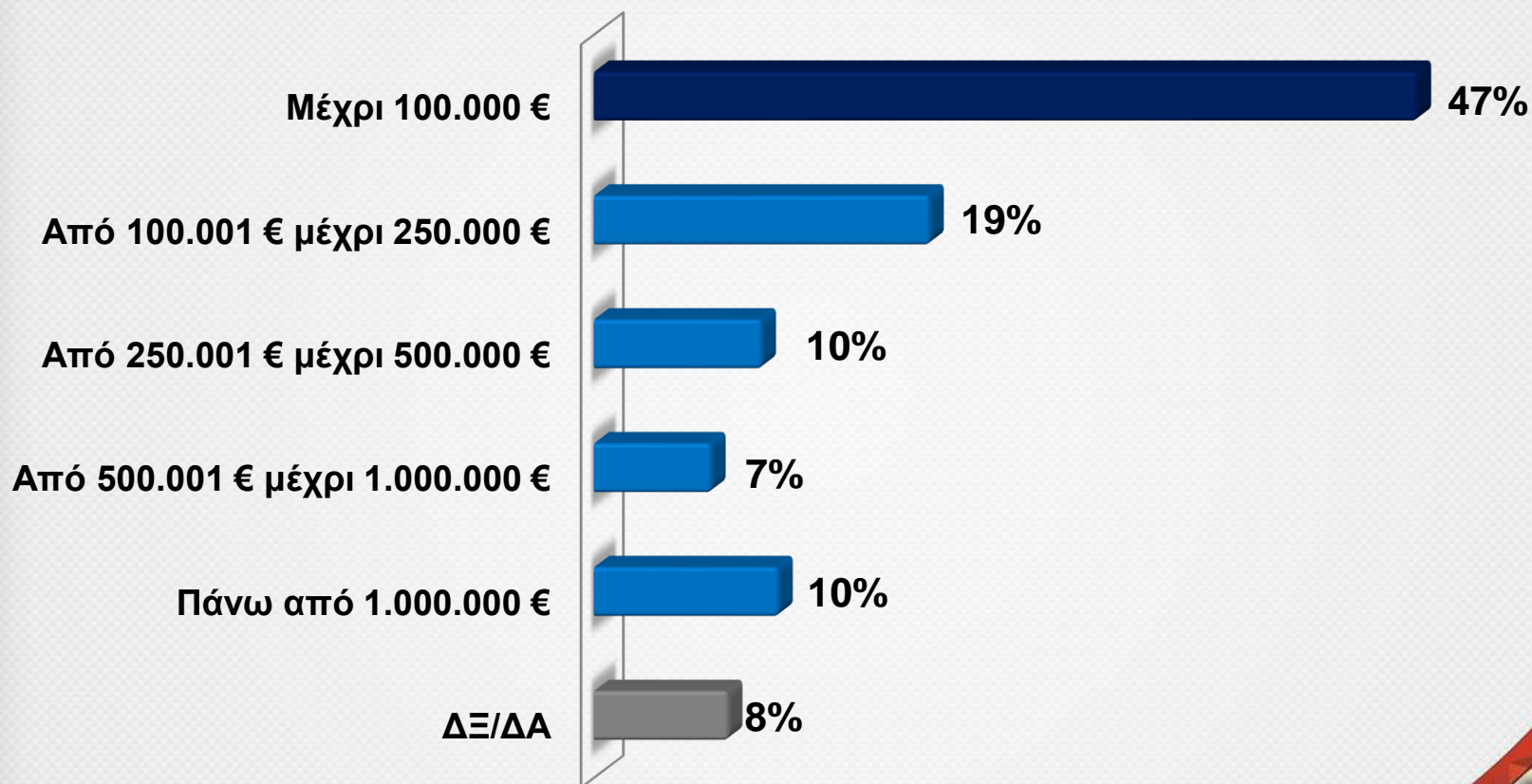
## Νομική μορφή επιχείρησης



## Αριθμός εργαζομένων επιχείρησης



## Κύκλος εργασιών επιχείρησης





# ΕΡΕΥΝΑ

## ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ

### ΕΜΠΟΡΙΟ

#### (ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ

#### ΕΜΠΟΡΙΟΥ)



**ΕΒΕΘ**

ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

**PALMOSANALYSIS**   
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING