



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΠΑΤΡΩΝ  
UNIVERSITY OF PATRAS

Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας

Πτυχιακή Εργασία

**«Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Τρίτη Ηλικία στην  
Εποχή του Covid-19»**

Γκέλλη Ιωάννα

Σοϊλεμεζίδη Αγγελική

Επιβλέπουσα καθηγήτρια: Δρ. Κομνηνού Μαργαρίτα

Πάτρα, Ιούνιος 2021

**University of Patras**  
**School of Economics and Business Administration**  
**Department of Management Science and Technology**

**Thesis**  
**«E-Commerce and Senior Citizens in the Covid-19  
Era»**

**Gkelli Ioanna | 13664**

**Soilemezidi Angeliki | 13808**

**Supervising professor: Dr. Komninou Margarita**

**Patras, June 2021**

## Ευχαριστίες

Η εργασία «Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Τρίτη Ηλικία στην Εποχή του Covid-19» ολοκληρώνει τις σπουδές μας στο τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας, του Πανεπιστημίου Πατρών (Πρώην ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας). Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την καθηγήτρια Μαργαρίτα Κομνηνού, που στην εποχή του Covid-19 και του εγκλεισμού, κατάφερε να μας κατευθύνει και να μας εμπνεύσει ώστε να ολοκληρώσουμε την έρευνα και την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας. Η βοήθεια και η καθοδήγησή της ήταν κάτι περισσότερο από καθοριστική, καθώς δίχως τις διαδικτυακές μας συνομιλίες δε θα φτάναμε στο πέρας της εργασίας.

Επιπλέον, απευθύνουμε θερμές ευχαριστίες στις οικογένειές μας, για την στήριξη και τη φροντίδα, όλα τα χρόνια της φοίτησης στο τμήμα, καθώς και για την προσπάθειά τους να μας παρέχουν την καλύτερη δυνατή μόρφωση.

## Περίληψη

Η «κοινωνική» (ή καλύτερα «σωματική») αποστασιοποίηση υπεβλήθη από την πλειοψηφία των κρατών ως ένα από τα σημαντικότερα μέτρα προστασίας κατά της πανδημίας Covid-19. Σαν πρόσθετα μέτρα, η κυβερνήσεις προέβησαν σε αναστολή της λειτουργίας των φυσικών καταστημάτων (εστίασης-λιανικού εμπορίου), ενώ απαγορεύτηκε η άσκοπη μετακίνηση των ατόμων. Μέσα σε αυτό το κλίμα, οι αγορές μεταφέρθηκαν αναγκαστικά στο ψηφιακό περιβάλλον του διαδικτύου και παράλληλα παρατηρήθηκε ραγδαία αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών, τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εγχώριο επίπεδο. Η παρούσα εργασία έχει σκοπό να μελετήσει τον τρόπο με τον οποίο επηρεάστηκαν τα άτομα τρίτης ηλικίας από τη μεταστροφή στις ψηφιακές αγορές και κατά πόσο οι ηλικιωμένοι κατάφεραν να προσαρμοστούν σε αυτές τις νέες συνθήκες, δεδομένου ότι αποτελούν ένα τμήμα του πληθυσμού με μειωμένες ψηφιακές δεξιότητες.

Πρόκειται για μία ποιοτική έρευνα, με δείγμα 10 ηλικιωμένων και των δύο φύλων. Τα αποτελέσματα προέκυψαν βάση τηλεφωνικών, ατομικών συνεντεύξεων και όχι δια ζώσης, λόγω των έκτακτων μέτρων που ισχύουν στη χώρα μας, εν καιρώ πανδημίας. Η κάθε συνέντευξη διήρκεσε περίπου 40 λεπτά. Η ανάλυση των συνεντεύξεων οδήγησε σε μια βασική κατηγοριοποίηση τριών σταδίων. Έτσι οι ηλικιωμένοι κατανεμήθηκαν ανάλογα με τη σχέση τους ως προς τις ηλεκτρονικές αγορές. Στην πρώτη κατηγορία, τα άτομα δεν είχαν ολοκληρώσει καμία συναλλαγή στο διαδίκτυο, ενώ οι περισσότεροι δεν είχαν καν πρόσβαση σε αυτό. Συνεχίζοντας στη δεύτερη, οι ηλικιωμένοι, λόγω πανδημίας και των προαναφερθέντων περιορισμών, οδηγήθηκαν σε ηλεκτρονικές αγορές. Τέλος, η τρίτη κατηγορία αποτελείται από άτομα που κατέχουν ψηφιακές δεξιότητες και αξιοποιούσαν τις διαδικτυακές αγορές και πριν την εμφάνιση του Covid-19.

**Λέξεις - κλειδιά:** Ηλεκτρονικό εμπόριο, Τρίτη ηλικία, Covid-19, ηλεκτρονικές αγορές, ποιοτική έρευνα.

## Abstract

“Social” distancing imposed by the State has been the most significant measures against the covid-19 pandemic. As an additional measure, all retail and entertainment industries have been suspended along with the aimless movement of individuals. In the state of suspension, the market has unavoidably transferred to a digital environment, which in turn has resulted in a sharp increase in online “purchasing” on a global and domestic level.

This study investigates the ways Senior Citizens have been affected by Digital Marketing and to what extent they have managed to adapt to these new conditions, taking into consideration their lack of digital skills.

It is a qualitative research based on 10 senior citizens of both genders. The results were based on individual telephone interviews as personal ones were forbidden due to covid-19 restrictions. Each interview lasted 40 minutes. The final analytical outcome led to 3 categorical levels. The Senior Citizens were divided according to the relation to online purchasing.

In the first category, the individuals had never completed any exchanges online and the majority had no Internet access.

In the second category, the Senior Citizens had no choice but to resort to online purchasing due to covid-19 restrictions.

Finally, the third category were well-aware of online purchasing and were reliable users of the net before covid-19.

**Key – words:** E-Commerce, Senior Citizens, Covid-19, e-shopping, qualitative research.

## Πίνακας Περιεχομένων

Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> Πανδημία Covid-19 .....	11
1.1 Εισαγωγή στον Covid-19 .....	11
1.2 Επιπτώσεις του covid-19.....	12
1.3 Επιπτώσεις του covid-19 στην Ελλάδα.....	13
1.4 Επίδραση του covid-19 στους ηλικιωμένους ως άτομα αυξημένης φροντίδας.....	16
1.5 Σύνοψη κεφαλαίου .....	17
Κεφάλαιο 2 <sup>ο</sup> Ηλεκτρονικό Εμπόριο .....	18
2.1 Ορισμός – Γενικά στοιχεία.....	18
2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας .....	19
2.2.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας στο εξωτερικό .....	19
2.2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας στην Ελλάδα .....	22
2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας .....	26
2.3.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας στο εξωτερικό .....	27
2.3.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας στην Ελλάδα .....	30
2.4 Ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών καταστημάτων.....	34
2.5 Ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών - φυσικών καταστημάτων .....	36
2.6 Σύνοψη κεφαλαίου .....	38
Κεφάλαιο 3 <sup>ο</sup> Ηλικιωμένοι και Ψηφιακές Αγορές.....	39
3.1 Εισαγωγή για τα άτομα τρίτης ηλικίας.....	39
3.2 Ηλικιωμένοι και ψηφιακές δεξιότητες .....	40
3.3 Ηλικιωμένοι και ηλεκτρονικές αγορές.....	44
3.3.1 Ηλικιωμένοι και ηλεκτρονικές αγορές προ και εν μέσω covid-19.....	46
3.4 Προτάσεις αντιμετώπισης της έλλειψης ψηφιακών δεξιοτήτων των ηλικιωμένων .....	47
3.5 Σύνοψη κεφαλαίου .....	52
3.6 Συμπεράσματα Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης .....	52
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> Μεθοδολογία Έρευνας.....	54
4.1 Εισαγωγή.....	54
4.2 Ποιοτική Έρευνα.....	55
4.3 Διάγραμμα Gantt .....	55
4.4 Προσδιορισμός σκοπού έρευνας και ερευνητικών ερωτημάτων .....	56
4.5 Δείγμα έρευνας.....	57
4.6 Διαδικασία συνέντευξης.....	59

4.7 Το πρωτόκολλο συνέντευξης .....	60
4.8 Συλλογή δεδομένων – Απομαγνητοφώνηση .....	62
4.9 Ανάλυση συνεντεύξεων .....	62
4.10 Μεθοδολογικοί περιορισμοί και ζητήματα δεοντολογίας της έρευνας.....	63
Κεφάλαιο 5 <sup>ο</sup> Αποτελέσματα Έρευνας.....	65
5.1 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Αγγελικής .....	65
5.2 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Άννας.....	70
5.3 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Βασίλη .....	72
5.4 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Γεωργίας.....	76
5.5 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Γιαννούλας .....	80
5.6 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Ιωάννη.....	83
5.7 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Μαρίας.....	86
5.8 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Παναγιώτη .....	90
5.9 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Φωτεινής.....	93
5.10 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Χαράλαμπου .....	95
Κεφάλαιο 6 <sup>ο</sup> Συμπεράσματα Έρευνας .....	99
Κεφάλαιο 7 <sup>ο</sup> Προτάσεις για Μελλοντικές Έρευνες .....	107
Βιβλιογραφία.....	109
Ελληνική βιβλιογραφία .....	109
Ξένη βιβλιογραφία .....	109
Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις .....	111
Παράρτηματα .....	117

## Εισαγωγή

Το τελευταίο χρονικό διάστημα, που η Ελλάδα βρίσκεται εν μέσω πανδημίας Covid-19, έχουν παρατηρηθεί πολλές αλλαγές στην προηγούμενη ομαλή λειτουργία του κράτους, καθώς και στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Αρκετοί άνθρωποι ήταν εκείνοι που προσβλήθηκαν από τον ιό, ενώ μεγάλο ποσοστό του πληθυσμού επηρεάστηκε και σε ψυχολογικό επίπεδο. Αυτό το φαινόμενο παρατηρήθηκε εντονότερα στην «Τρίτη Ηλικία», η οποία αποτέλεσε και την πιο ευπαθή κοινωνική ομάδα. Επίσης, σημαντικά προβλήματα αντιμετώπισαν και πολλές επιχειρήσεις, οι οποίες στην προσπάθειά τους να παραμείνουν σε λειτουργία, αλλά και να προσαρμοστούν/συγχρονιστούν με τα νέα δεδομένα, μετέτρεψαν τις δια ζώσης αγοραπωλησίες τους σε διαδικτυακές. Κάτι το οποίο επηρέασε εξίσου σημαντικά τους ηλικιωμένους που, κατά περίπτωση, διαθέταν χαμηλές ή μηδενικές ψηφιακές δεξιότητες.

Συνεπώς, η επιλογή της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας, με θέμα «Ηλεκτρονικό Εμπόριο και Τρίτη Ηλικία στην εποχή του Covid-19», έγινε με αφορμή την πανδημία Covid-19, η οποία επηρέασε σημαντικά και περισσότερο από τις άλλες κοινωνικές ομάδες τους ηλικιωμένους, οι οποίοι έχουν χαρακτηριστεί ως άτομα αυξημένης φροντίδας. Ακόμα, ενδιαφέρον υπήρξε στο πως οι ίδιοι διαχειρίστηκαν τις ελλείψεις ψηφιακές γνώσεις που κατείχαν, για την πραγματοποίηση και ολοκλήρωση μίας ηλεκτρονικής αγοράς.

Σκοπός της παρούσας εργασίας, είναι να μελετηθεί η συμπεριφορά των ηλικιωμένων ως προς το ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά την διάρκεια της πανδημίας, δηλαδή να ερευνηθεί το κατά πόσο η πανδημία άλλαξε ή όχι τον τρόπο που αντιμετώπιζαν το διαδίκτυο και τις αγορές σε αυτό. Επιπλέον, με βάση την βιβλιογραφία μπορεί να αναγνωριστεί καλύτερα ο σκοπός της έρευνας και των ερευνητικών ερωτημάτων. Έτσι, μέσω της πρωτογενούς έρευνας που ακολουθεί, επιδιώκεται η κατανόηση και η εύρεση λύσης για τα ερωτήματα που προέκυψαν από την βιβλιογραφία. Τα κύρια ερωτήματα προς μελέτη ήταν αν ο Covid-19 στάθηκε ως αφορμή για την γνωριμία των ηλικιωμένων με το ηλεκτρονικό εμπόριο, κατά πόσο εύκολη ή προσιτή θεωρούν ότι ήταν η διαδικασία αγοράς, αν χρειάστηκαν βοήθεια για να την υλοποιήσουν και κατά πόσο αξιόπιστη θεωρούν την διαδικασία και τις αγορές στο διαδίκτυο.

Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, γίνεται μία σύντομη αναφορά στο τι είναι ο ιός Covid-19 και ποια είναι η παρούσα κατάσταση που επικρατεί στον κόσμο γενικότερα. Έπειτα, παρουσιάζονται οι επιπτώσεις που επέφερε ο ιός σε όλο τον κόσμο και στην συνέχεια πιο συγκεκριμένα για την Ελλάδα. Τέλος, ως πρώτη αναφορά στο κύριο θέμα της εργασίας, δίνεται



έμφαση στις επιπτώσεις που επέφερε η πανδημία στους ηλικιωμένους ως άτομα αυξημένης φροντίδας.

Συνεχίζοντας στο δεύτερο κεφάλαιο, προσδιορίζεται ο όρος «ηλεκτρονικό εμπόριο» και παρουσιάζονται και κάποια από τα βασικά χαρακτηριστικά του. Ακόμα, αναφέρεται η χρησιμότητα που είχε πριν την πανδημία σε χώρες του εξωτερικού, καθώς και στην Ελλάδα. Επιπλέον, φτάνοντας στο σήμερα εν μέσω πανδημίας, τονίζεται η συμβολή του ψηφιακού εμπορίου και η αξία του για τους ανθρώπους, πρώτα στο εξωτερικό και έπειτα στην χώρα, για αυτήν τη δύσκολη περίοδο πραγματοποίησης αγοραπωλησιών. Τέλος, σημειώνεται ο ανταγωνισμός που δημιουργήθηκε μεταξύ των ηλεκτρονικών καταστημάτων, ενώ δεν παραλείπεται και ο ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών και φυσικών καταστημάτων εν μέσω πανδημίας.

Στο τρίτο και τελευταίο κεφάλαιο της βιβλιογραφικής επισκόπησης, αναλύεται το κύριο θέμα της εργασίας το οποίο είναι οι ηλικιωμένοι και οι ψηφιακές αγορές. Πρώτα, δίνεται ένας σύντομος ορισμός για την κατάταξη των ανθρώπων σε αυτήν την ηλικιακή κατηγορία, ενώ αναγνωρίζεται η αξία και η συμβολή τους στην κοινωνία παλαιότερα έως σήμερα. Συνεχίζοντας, αναλύονται οι ψηφιακές δεξιότητες που κατέχουν οι ηλικιωμένοι και οι λόγοι που συμβάλλουν σε αυτήν την θετική ή αρνητική αντιμετώπιση. Έπειτα, παρουσιάζεται η σχέση τους με τις ηλεκτρονικές αγορές και το κατά πόσο επηρεάστηκε ο τρόπος αγορών τους συγκρίνοντας τις αγορές που πραγματοποιούσαν πριν σε σχέση με εν μέσω πανδημίας. Τέλος, δίνονται κάποιες προτάσεις αντιμετώπισης της έλλειψης ψηφιακών δεξιοτήτων που κατά περίπτωση διαθέτουν οι ηλικιωμένοι.

Στο τέταρτο κεφάλαιο της εργασίας, που είναι η ενότητα της μεθοδολογίας της έρευνας, παρουσιάζεται αρχικά με βάση την θεωρία, πως προέκυψε η επιλογή της συγκεκριμένης έρευνας, καθώς και ο τρόπος υλοποίησής της. Ακολουθεί το χρονοδιάγραμμα Gantt, η παράθεση του σκοπού της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματα, το δείγμα της έρευνας, η διαδικασία της συνέντευξης, το πρωτόκολλο συνέντευξης, η συλλογή των δεδομένων, η απομαγνητοφώνηση και η ανάλυση των συνεντεύξεων. Τέλος, παρουσιάζονται και οι μεθοδολογικοί περιορισμοί και τα ζητήματα δεοντολογίας της έρευνας που πρέπει να ακολουθούν όλοι οι μελετητές.

Συνεχίζοντας, στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας με τις αναλύσεις των συνεντεύξεων. Αρχικά, κάθε συνεντευξιζόμενος αναλύεται ξεχωριστά, ενώ παραθέτοντας και αυτούσια λόγια των συνομιλητών αλλά και προσωπικές επεξηγήσεις μπορεί

να κατανοηθεί καλύτερα ο σκοπός της έρευνας και το πόρισμα των συμπερασμάτων που ακολουθεί.

Έτσι στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα που όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, προέκυψαν από την λεπτομερή ανάλυση των συνεντεύξεων σε συνδυασμό με τα συμπεράσματα της βιβλιογραφίας. Κλείνοντας την εργασία με το έβδομο κεφάλαιο, προτείνονται κάποια θέματα ή/και ερωτήματα τα οποία θα μπορούσαν να δώσουν αφορμή σε άλλους ή και στους παρόντες ερευνητές, για μελλοντική μελέτη.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup> Πανδημία Covid-19

Στον πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, παρατίθενται κάποιες γενικές πληροφορίες σχετικά με την πανδημία covid-19 ( για παράδειγμα από που ξεκίνησε, τα συμπτώματα που συνήθως έχει το άτομο που νοσεί και τον τρόπο μετάδοσης), που πλήττει τη χώρα και ολόκληρο τον κόσμο. Ακόμα αναφέρονται οι επιπτώσεις αυτής, τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, όσο και σε εγχώριο. Ενώ, παράλληλα δίνεται έμφαση στους ηλικιωμένους, ως άτομα αυξημένης φροντίδας, που απαρτίζουν και τις πιο ευάλωτες - ευπαθείς ομάδες αυτής της πανδημίας.

### 1.1 Εισαγωγή στον Covid-19

Η πρόσφατη πανδημία Covid-19 προήλθε από την εξάπλωση του κορωνοϊού SARS-CoV-2. Από όσα γνωρίζουμε μέχρι στιγμής, τα πρώτα κρούσματά του βρέθηκαν στην Κίνα τον Δεκέμβριο του 2019 και συγκεκριμένα στην πόλη Ουχάν, πρωτεύουσα της επαρχίας Χουπέι της Κίνας (World Health Organization, 2020). Ο ιός αυτός, μεταδίδεται κυρίως μέσω σταγονιδίων που απελευθερώνονται μέσω του βήχα και του πτασμού. Τα κύρια και συχνά συμπτώματα του ιού αυτού συμπεριλαμβάνουν τον πυρετό, τον πονοκέφαλο, τον πονόλαιμο, το αίσθημα εξάντλησης, τον ξηρό βήχα και την απώλεια γεύσης και όσφρησης. Λιγότερο συχνά μπορούν να εμφανιστούν συμπτώματα όπως: δερματικά εξανθήματα, ρινική συμφόρηση, ναυτία, εμετός, ή διάρροια. Ωστόσο σε μερικές περιπτώσεις ο covid-19 μπορεί να προκαλέσει στον ασθενή αίσθημα πόνου στο στήθος και δύσπνοια. Οι συγκεκριμένες περιπτώσεις, αποτελούν και τις βασικές ενδείξεις ότι ο ασθενής χρήζει νοσηλείας και ιατρικής περίθαλψης. Στα πιο σοβαρά περιστατικά ο ιός μπορεί να επιφέρει σοβαρά προβλήματα, όπως ανεπάρκεια ζωτικών οργάνων, και να επέλθει ο θάνατος. Ο χρόνος επώασης της πανδημίας αυτής είναι 2 - 14 μέρες, ενώ κατά μέσο όρο περίπου 5 ημέρες (Lauer, et al, 2020). Ομάδες αυξημένου κινδύνου ή αλλιώς ευπαθείς ομάδες, αποτελούν κυρίως τα ηλικιωμένα άτομα και πιο συγκεκριμένα τα άτομα εκείνα που έχουν συμπληρώσει το εβδομηκοστό έτος της ηλικίας τους, καθώς επίσης και όλοι εκείνοι που αντιμετωπίζουν χρόνια σοβαρά νοσήματα όπως προβλήματα στο αναπνευστικό, σακχαρώδη διαβήτη κ.α. Για την αποφυγή μετάδοσης του ιού συνίσταται η αποφυγή μαζικών μαζώξεων σε κλειστούς χώρους, η χρήση μάσκας προσώπου στους δημόσιους χώρους, η καθημερινή ατομική υγιεινή που περιλαμβάνει συχνό πλύσιμο των χεριών κ.α.. Η διάγνωση του covid – 19 γίνεται με ένα ειδικό στυλεό που τοποθετείται είτε

στον ρινοφάρυγγα, είτε στον στοματοφάρυγγα με σκοπό τη συλλογή δείγματος (ΗΠΑ Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων,2020). Συγκεκριμένα για την ακριβή διάγνωση, το δείγμα που προκύπτει, υπόκειται εργαστηριακή ταυτοποίηση του ιού με την ανίχνευση του γενετικού του υλικού (RNA), (ΗΠΑ Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων,2020). Για την αντιμετώπιση του ιού μέχρι και σήμερα έχουν εγκριθεί 10 εμβόλια, κάποια από τα οποία έκαναν την εμφάνισή τους στη χώρα μας από το Δεκέμβριο του 2020. Για τον εμβολιασμό κατά της νόσου τηρείται σειρά προτεραιότητας στους ηλικιωμένους και στις ευπαθείς ομάδες (Καθημερινή, 2020).

## 1.2 Επιπτώσεις του covid-19

Η πανδημία του ιού covid19 βρίσκεται ακόμα σε εξέλιξη. Έτσι και οι επιπτώσεις δεν είναι απόλυτα καθορισμένες και συγκεκριμενοποιημένες. Σίγουρα, τα μέλη κάθε χώρας-κοινωνίας που χτυπήθηκε από τον covid, αντιλαμβάνονται τις συνεχείς και αλληπάλληλες αναδιαμορφώσεις της καθημερινής ζωής, τόσο στο εγχώριο επίπεδο, όσο και στο παγκόσμιο. Εξάλλου, κάθε χώρα αλληλοεπιδρά με τον υπόλοιπο κόσμο μέσω της οικονομίας, του τουρισμού και του εμπορίου. Ο ιός του covid πάγωσε σχεδόν ολόκληρο τον κόσμο. Οι περισσότερες χώρες αποφάσισαν να λάβουν δραστικά μέτρα αντιμετώπισης της πανδημίας, τα οποία περιόρισαν και σταδιακά απαγόρευσαν την ελεύθερη μετακίνηση των ατόμων εκτός κι εντός της χώρας. Αυτή ήταν και η πρώτη σοκαριστική αλλαγή στην οποία υποβλήθηκε η καθημερινή ζωή. Τα μέτρα αυτοπεριορισμού και κοινωνικής απομόνωσης ακολούθησαν ταυτόχρονα και το κλείσιμο της εστίασης και των καταστημάτων λιανικής πώλησης και εμπορίου. Στην Ελλάδα, που ποτέ δεν ξεπέρασε το τεράστιο πρόβλημα στην οικονομία και την ανεργία, ο covid έφερε επιπρόσθετες δυσκολίες, με αμφίβολες πιθανότητες ανάκαμψης. Πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στο διάστημα της καραντίνας που αναγκάστηκαν να παραμείνουν κλειστές, δεν κατάφεραν να ανταπεξέλθουν στα μηνιαία σταθερά έξοδα του καταστήματός τους (πχ. ενοίκιο, μισθοί εργαζομένων), αλλά και να καλύψουν τα προσωπικά τους έξοδα. Το παραπάνω, είχε ως αποτέλεσμα πολλοί εργαζόμενοι να χάσουν τη δουλειά τους σε αυτή τη δύσκολη περίοδο και να μην έχουν τον τρόπο να βιοποριστούν.

Ο ατομικός περιορισμός, είναι μια σκληρή συνθήκη, η οποία κρίθηκε απαραίτητη για την καταπολέμηση της εξάπλωσης της πανδημίας. Ωστόσο, ο εγκλεισμός οδηγεί σε προβλήματα και επιπτώσεις στον τομέα της ψυχικής υγείας (Hawryluck et al., 2004; Reynolds et al., 2008).

Παράλληλα, ο φόβος των ατόμων ως προς τη θνησιμότητα του ιού επηρεάζει αντίστοιχα την ψυχολογία του πληθυσμού, ειδικότερα τα άτομα της τρίτης ηλικίας που αναγνωρίζονται ως ευπαθή ομάδα. Μια κρίσιμη κατάσταση στον υγειονομικό τομέα επιδρά αρνητικά την ψυχική υγεία των ατόμων, ενώ πολλαπλασιάζει τα επίπεδα εμφάνισης ψυχολογικών κρίσεων (Xiang et al., 2020).

Συνολικά, ο covid πέρα από τις χαρακτηριστικές επιπτώσεις του στο αναπνευστικό σύστημα του ασθενούς οδηγεί σε περισσότερα προβλήματα υγείας όπως είναι το άγχος, η κατάθλιψη, η αϋπνία, η άρνηση, ο θυμός και ο φόβος (Torales et al., 2020).

Μια επιπλέον οπτική ως προς τις επιπτώσεις του covid είναι και οι μεγαλύτερες πιθανότητες αυτοκτονικής δράσης από ασθενείς με διαγνωσμένη ή μη ψυχική νόσο. Σε περιόδους κρίσεις, ο πληθυσμός είναι περισσότερο επιρρεπείς σε αυτοκαταστροφικές σκέψεις και πράξεις. Επιπρόσθετα, σε περιπτώσεις δυσλειτουργικής οικογενειακής ζωής, αυξάνονται οι πιθανότητες ενδοοικογενειακής βίας και ψυχολογικής ή σωματικής κακοποίησης. Παράλληλα, άτομα με εθισμούς, είναι πιθανότερο να στραφούν αποκλειστικά στις επιβλαβείς συνήθειές τους, ως μέθοδο διαφυγής από την καθημερινότητα, τα προβλήματα και την αντιμετώπισή τους.

Ανατρέχοντας στο παράδειγμα του αντίστοιχου ιού SARS που εκδηλώθηκε το 2003, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού αντιμετώπισε μετατραυματική διαταραχή του στρες, καταθλιπτικές και άλλες αγχώδεις διαταραχές (Mak et al., 2009; Khalid et al., 2016). Αντίστοιχα, ο ιός Mers-Cov το 2015, για τον οποίο ήταν αναγκαία η απομόνωση ατόμων που επιδέχονται θεραπεία αιμοκάθαρσης, δημιούργησε μεγάλα επίπεδα άγχους σε αυτά τα άτομα (Kim et al., 2019). Από ανάλογες έρευνες για πανδημίες (SARS-CoV-Σιγκαπούρη, Ταϊβάν-2003, MERS-Κορέα-2015, Ebola-Σιέρα Λεόνε-2014, Ebola-Κονγκό-2018), εκμαιεύτηκαν αποτελέσματα που ενισχύουν την άποψη πως η διασπορά ενός φονικού ιού και ο εγκλεισμός οδηγούν σταδιακά σε ψυχολογικές νόσους, αγχώδεις διαταραχές και αυτοκτονικές τάσεις. (Srivatsa & Stewart, 2020; Park et al., 2018).

### **1.3 Επιπτώσεις του covid-19 στην Ελλάδα**

Πρόκειται για μία ασθένεια όπου εξαπλώθηκε ραγδαία σε όλη την υφήλιο προκαλώντας προβλήματα σε όλους τους τομείς κάθε χώρας. Το ίδιο συνέβη και στην Ελλάδα μία χώρα που

ήδη λόγω οικονομικής κρίσης βρισκόταν σε δυσμενή θέση. Οι επιπτώσεις παρατηρούνται τόσο σε ατομικό επίπεδο όσο και κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο.

Αρχικά, στην Ελλάδα για την αντιμετώπιση της πανδημίας και τον περιορισμό των κρουσμάτων, επεβλήθη από το κράτος ένα γενικό κλείσιμο των καταστημάτων σε όλη τη χώρα, καθώς και καραντίνα των ανθρώπων στα σπίτια τους. Στις 13 Μαρτίου του 2020, με την υποβολή του πρώτου κλεισίματος «lockdown», όλα τα καταστήματα πλην των καταστημάτων τροφίμων, των φαρμακείων και κάποιων ιδιωτικών επιχειρήσεων παρέμειναν κλειστά. Στην συνέχεια, με το πέρασμα των ημερών, όλο και περισσότερα καταστήματα, χώροι εστίασης, τέχνης, δημόσια ή ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα κ.α. ανέστειλαν την λειτουργία τους δημιουργώντας ένα καθολικό «lockdown» (Wikipedia, 2021). Επίσης, τα μέτρα από την κυβέρνηση άρχισαν να περιορίζουν και τις μετακινήσεις των πολιτών από νομό σε νομό, ενώ για την όποια κοντινή μετακίνηση, έπρεπε πρώτα να διαθέτουν την άδεια μέσω SMS, την αστυνομική ταυτότητα και σε κάποιες περιπτώσεις την έγγραφη δήλωση του πολίτη ή/και το E1 (LIFO, 2021). Στις 4 Μαΐου τα περιοριστικά μέτρα άρχισαν να περιορίζονται, δίνοντας την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ανακάμψουν και στους πολίτες να χαλαρώσουν κάπως από τα προηγούμενα μέτρα (Wikipedia, 2021).

Παρόλα αυτά, όπως αναφέρεται και στην εφημερίδα «Τα Νέα», στις 7 Νοέμβρη η χώρα μπήκε σε δεύτερο «lockdown». Αυτό συνέβη λόγω ότι τα κρούσματα αυξήθηκαν δραματικά και ενώ δεν θα γινόταν να τα εκμηδενίσουν όπως έγινε στα μέσα του Μαΐου. Έτσι, η συνέχεια που ακολούθησε ήταν ένα ακόμα γενικό κλείσιμο, αλλά με σταδιακό ρυθμό, αφού ξεκίνησε από την Αττική που είχε πάνω από 60% κρούσματα και έπειτα σε όλη την χώρα (Βασίλης Λαμπρόπουλος, 2020). Το δεύτερο «lockdown» φάνηκε ότι τελείωσε 5 Φεβρουαρίου του 2021, αλλά στην ουσία, όπως αναφέρει και η εφημερίδα «NEWS 24/7», συνεχίστηκε με το τρίτο κατά σειρά, το οποίο ξεκίνησε 11 Φεβρουαρίου και το οποίο είχε εξίσου αυστηρά μέτρα με τα προηγούμενα (Γιώργος Σακκάς, 2021). Βέβαια, καθώς όλο και περισσότεροι πολίτες στη χώρα τηρούν τα μέτρα για την προστασία της υγείας, τα ποσοστά των κρουσμάτων ανά ημέρα δείχνουν να μειώνονται σημαντικά (-31,4% στις 5/5/2021), (Ελληνική Δημοκρατία Κυβέρνηση, 2021). Έτσι, όπως αναφέρεται στον οδηγό του πολίτη, με απόφαση της κυβέρνησης, θα δοθεί μία δοκιμαστική σταδιακή άρση των μέτρων, η οποία ξεκινάει με την λειτουργία των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και του λιανεμπορίου, ενώ θα ακολουθήσει η ελευθέρωση των μετακινήσεων σε άλλους νομούς κ.α. Τέλος, προβλέπεται πως το τρίτο «lockdown» που διανύει η χώρα θα τελειώσει στις 14 Μαΐου 2021 (Οδηγός του Πολίτη, 2021).

Με τα αλληπάλληλα «lockdowns», η χώρα αντιμετώπισε σοβαρά θέματα στην οικονομία της, πόσο μάλλον τα θέματα τα οποία αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις, καθώς χρειάστηκε να μείνουν για αρκετό καιρό κλειστές και άρα πολλοί άνθρωποι έμειναν χωρίς καθόλου εισόδημα. Το μεγαλύτερο πλήγμα υπέστησαν οι μικροεπιχειρηματίες με το λιανεμπόριο να φτάσει σε μείωση του τζίρου κατά 4,5 δις. ευρώ για το 2021, σε σχέση με το διάστημα προ πανδημίας. Τα δραματικά ποσοστά της μείωσης προήλθαν από πολλές κατηγορίες προϊόντων, οι οποίες μη έχοντας άλλο τρόπο αγοραπωλησίας, σημείωσαν πολύ χαμηλές ή και μηδενικές πωλήσεις. Ενδεικτικά, για το 2020 σε σχέση με το 2019, η κατηγορία με τη μεγαλύτερη μείωση των πωλήσεων ήταν το εμπόριο ενδυμάτων, το οποίο σημείωσε σε ειδικευμένα καταστήματα - 80,3% και σε μη ειδικευμένα -68,1% (ΕΛΣΤΑΤ, όπως αναφέρεται στην εφημερίδα Τα Νέα, 2021).

Επίσης, ένα ακόμα σοβαρό πρόβλημα που δημιουργήθηκε με τα συνεχόμενα κλεισίματα των επιχειρήσεων, ήταν αυτό της εξυπηρέτησης των ηλικιωμένων καταναλωτών, οι οποίοι μέχρι πρότινος δεν είχαν χρησιμοποιήσει άλλο τρόπο υλοποίησης των αγορών τους. Το οποίο αποτελεί σοβαρό πρόβλημα για τους λιανεμπόρους που έχασαν αυτό το πελατολόγιο, αλλά και για την οικονομία της χώρας, εφόσον οι ηλικιωμένοι διαθέτουν περίπου το διπλάσιο, από το αντίστοιχο διαθέσιμο εισόδημα των παιδιών τους (Polyak 2000, όπως αναφέρεται στο Iyer & Eastman, 2006).

Επιπλέον, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, οι άνθρωποι τόσο σε όλο τον κόσμο όσο και στην Ελλάδα, βιώνουν καταστάσεις: άγχους, στρες, κατάθλιψης, ψυχολογικές διαταραχές αλλά και διάθεσης (Torales et al., 2020). Οι πολλές ώρες εγκλεισμού και αποτροπής για οποιαδήποτε μετακίνηση εκτός σπιτιού συνεισφέρουν στη μη καλή ψυχολογική υγεία των ανθρώπων.

Εν συνεχεία, ένας άλλος τομέας που έχει πληγεί είναι αυτός του τουρισμού. Ο τουρισμός για την Ελλάδα αποτελεί βασικό μέσο για εισροή χρημάτων σε αυτή. Τόσο λόγω της γεωγραφικής της θέσης όσο και για τα όμορφα νησιά που διαθέτει, γίνεται επιλογή πολλών τουριστών. Λόγω της απαγόρευσης μετακινήσεων κυρίως λόγω φόβου, τουρίστες στην Ελλάδα κατά το καλοκαίρι του 2020 δεν κατέφθασαν τόσοι. Σύμφωνα με την Ηλεκτρονική Εφημερίδα για την Τουριστική Βιομηχανία, Travel News (2021), το ποσοστό των τουριστών μειώθηκε κατά 76,5%. Πιο συγκεκριμένα ενώ το 2019 έφτασαν στην Ελλάδα 31.348.000 τουρίστες, το 2020 μόνο 7.375.000.

Εν κατακλείδι, η πανδημία έπληξε και το οικονομικό κομμάτι της χώρας σε μεγάλο βαθμό. Πάρα πολλοί άνθρωποι έμειναν χωρίς δουλειά, μαγαζιά έκλεισαν αναγκαστικά, με αποτέλεσμα

να μην ανακυκλώνονται τα χρήματα μέσα στη χώρα, αλλά και να μην φθάνουν ώστε να πορευθούν πολλές οικογένειες.

#### **1.4 Επίδραση του covid-19 στους ηλικιωμένους ως άτομα αυξημένης φροντίδας**

Είναι γεγονός πως η πανδημία covid-19 επιφέρει σοβαρά προβλήματα στην υγεία των ανθρώπων, πόσο μάλλον στους ηλικιωμένους οι οποίοι είναι πιο επιρρεπείς στις ιώσεις. Ο λόγος που οι ηλικιωμένοι είναι πιο ευάλωτοι στις ιώσεις, μπορεί να προκύπτει από το ότι πολλοί από αυτούς έχουν χρόνια υποκείμενα νοσήματα ή ότι λόγω της ηλικίας τους, ο οργανισμός τους έχει εξασθενήσει και έχει μειωθεί η άμυνά του (Νατάσσας Κουτσούρη, 2020).

Σύμφωνα με τις επιπτώσεις του κορωνοϊού, ο οποίος πρώτα προσβάλλει το αναπνευστικό σύστημα και μπορεί να προκαλέσει σοβαρά κρυολογήματα, πνευμονία ή βρογχίτιδα, το οποίο για τους ηλικιωμένους αποτελεί έναν ακόμα λόγο ανησυχίας για την υγεία τους (Farlex, 2020).

Εκτός από την επίδραση στην υγεία των ηλικιωμένων, ο covid-19 έχει επηρεάσει σημαντικά και την ψυχολογική κατάστασή τους. Με τον υποχρεωτικό εγκλεισμό των ανθρώπων στα σπίτια τους, πρώτοι οι ηλικιωμένοι βίωσαν πολύ έντονα και δύσκολα αυτήν την κατάσταση. Αυτό συνέβη καθώς οι συγκεκριμένοι είχαν συνηθίσει να βγαίνουν συχνά εκτός σπιτιού για δουλειές και για βόλτα. Κάτι το οποίο επηρέασε την ψυχική τους υγεία, καθώς και την σωματική, εφόσον ο περίπατος αποτελούσε μία από τις κύριες δραστηριότητες άθλησής τους, αν όχι η μοναδική (IEFIMERIDA, 2019).

Επιπλέον, σύμφωνα με τους Kadriye Sayin Kasar & Emine Karaman (2021) για την ψυχολογία των ηλικιωμένων στην πανδημία, παρατηρείται πως ειδικά την περίοδο του υποχρεωτικού εγκλεισμού, οι ίδιοι βίωσαν έντονα και το αίσθημα της μοναξιάς. Η συγκεκριμένη ψυχολογική κατάσταση, κυρίως για τα άτομα της τρίτης ηλικίας, μπορεί να εμφανίσει σοβαρά θέματα υγείας, όπως είναι τα εγκεφαλικά επεισόδια και η στεφανιαία νόσος, τα οποία αυξάνουν τον κίνδυνο θνησιμότητας κατά 26% - 50%. Ενώ, για εκείνους που διαθέταν στο ιστορικό τους χρόνιες παθήσεις ο κίνδυνος ήταν ακόμα μεγαλύτερος. Τέλος, για τα άτομα που μένουν μόνα τους, μακριά από τις οικογένειές τους ή σε ιδρύματα, δημιουργείται το αίσθημα του κοινωνικού αποκλεισμού, το οποίο επηρεάζει αρνητικά την ψυχολογία και άρα την υγεία τους (Kasar, K. S.; Karaman, E., 2021).



Επίσης, αλλαγή υπήρξε και στον τρόπο που οι καταναλωτές (ηλικιωμένοι, νέοι) θα αγόραζαν, κατά την περίοδο της πανδημίας, τα υλικά πρώτης ανάγκης και μη. Η χρήση ηλεκτρονικών συσκευών, τόσο για την αποστολή μηνυμάτων κατά την έξοδο από το σπίτι, αλλά και για αγορές μέσω διαδικτύου λόγω κλεισίματος των φυσικών καταστημάτων, είναι πλέον απαραίτητα. Έτσι, οι ηλικιωμένοι λόγω ηλικίας ή λόγω ελλείπων γνώσεων της τεχνολογίας, αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα στην ικανοποίηση των αναγκών τους, αλλά και στην προσαρμογή τους με τα νέα μέτρα προστασίας της υγείας.

Εν κατακλείδι, συμπεραίνεται πως η πανδημία Covid-19 επηρέασε πρώτα και σημαντικά τα άτομα της τρίτης ηλικίας, τα οποία λόγω του πιθανού ιστορικού υγείας τους, βρέθηκαν πιο ευάλωτα στον ιό. Ενώ, εκτός από την σωματική τους υγεία, σε μεγαλύτερο βαθμό από τις άλλες ηλικιακές κατηγορίες, επηρεάστηκε και η ψυχολογία τους, αφού οι ίδιοι ήταν αναγκασμένοι να μείνουν στα σπίτια τους για αρκετό καιρό και μακριά από τα αγαπημένα τους πρόσωπα.

## **1.5 Σύνοψη κεφαλαίου**

Η πανδημία Covid-19, με έναν από τους πιο μεταδιδόμενους ιούς, δημιούργησε πολλά προβλήματα στην σωματική και ψυχική υγεία των ανθρώπων, αλλά και στην ομαλή λειτουργία των κρατών. Έτσι, για τον περιορισμό της εξάπλωσης και την αντιμετώπισή του, κάθε χώρα – κράτος επέβαλε τα δικά της μέτρα. Παρόλα αυτά, οι επιπτώσεις που επέφερε δημιούργησαν σύγχυση, τόσο στον τομέα της υγείας όσο και στην οικονομία κάθε κράτους. Ειδικά στην Ελλάδα, που ήδη η οικονομία βρισκόταν σε δύσκολη κατάσταση, οι επιπτώσεις επέφεραν πολλά προβλήματα σε κάθε νοικοκυριό, σε κάθε επιχείρηση και άρα σε όλη την οικονομία της χώρας. Τέλος, από τις επιπτώσεις που επέφερε η πανδημία στους ηλικιωμένους ως άτομα αυξημένης φροντίδας, παρατηρείτε πως ο ιός επηρέασε και την σωματική τους υγεία, αλλά περισσότερο την ψυχολογία τους και τον τρόπο ζωής τους.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάζεται το ηλεκτρονικό εμπόριο πριν και εν μέσω πανδημίας, τόσο στο εξωτερικό, όσο και στην Ελλάδα. Δεν θα μπορούσε να παραληφθεί το γεγονός ότι δημιουργήθηκαν ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία αντικαθιστούσαν τα φυσικά, ώστε να μπορεί να πραγματοποιείται το εμπόριο, τόσο για οικονομικούς λόγους, όσο και για την εξυπηρέτηση των πελατών που δεν μπορούσα να εισέλθουν σε αυτά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να αναπτυχθεί ο ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών καταστημάτων, αλλά και φυσικών.

### 2.1 Ορισμός – Γενικά στοιχεία

Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ταυτόσημο με οποιαδήποτε ενέργεια αγοραπωλησίας στο χώρο του διαδικτύου, ενώ περιλαμβάνει όλες τις ιδιότητες της λιανικής και χονδρικής πώλησης (Turban, 2004). Έμποροι και αγοραστές συνυπάρχουν και αλληλοεπιδρούν στην απεριόριστη πλατφόρμα που προσφέρει το ίντερνετ. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που παρέχονται από τις εκάστοτε εταιρίες, εμφανίζονται στις αντίστοιχες ιστοσελίδες μέσω φωτογραφιών, βίντεο ή επεξηγηματικών κειμένων, αντικαθιστώντας την ύλη. Οι επιχειρηματίες προωθούν αντιστοίχως την εταιρία τους, μέσω διαφημίσεων που προβάλλονται στην πλατφόρμα και προσελκύουν κόσμο όλων των ηλικιών, σε όποιο μέρος κι αν βρίσκονται. Το ηλεκτρονικό εμπόριο καταφέρνει να επικοινωνεί πωλητές και επίδοξους αγοραστές με ευκολία και άνεση. Οι αγοραστικές σχέσεις, μέσω του διαδικτύου, γίνονται από τη μια πλευρά περισσότερο απρόσωπες αλλά σίγουρα αποκτούν μεγαλύτερη ποικιλία, εφόσον οι καταναλωτές δεν περιορίζονται στα καταστήματα της περιοχής τους. Επιπρόσθετα, στο ηλεκτρονικό εμπόριο έχουν την ευκαιρία να συμμετέχουν και επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν φυσικό κατάστημα, στηριζόμενες αποκλειστικά στη διαμεσολάβηση του διαδικτύου.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, ωστόσο, χωρίζεται σε δύο είδη ανάλογα με τον τρόπο που αποκτούνται τα αγαθά και οι υπηρεσίες που αγοράστηκαν. Στο έμμεσο, λοιπόν, εμπόριο η παραγγελία ολοκληρώνεται μέσω διαδικτύου από την ιστοσελίδα της εταιρίας, όμως η παράδοση ή/και η πληρωμή γίνονται παραδοσιακά μέσω ταχυμεταφορών. Στο δεύτερο είδος εμπορίου, το άμεσο, ακολουθείται μια διαδικασία πλήρως ηλεκτρονική. Από τη στιγμή της παραγγελίας μέχρι την πληρωμή και την παροχή της υπηρεσίας, τα πάντα λαμβάνουν χώρα στο διαδίκτυο, άυλα και αυτόματα.

Ανάλογα με το ποιοι εκτελούν τις συναλλαγές (McGann, S., 2002), το ηλεκτρονικό εμπόριο κατηγοριοποιείται σε επτά κατηγορίες (Nydegger, 2001), (Πομπόρτσας & Τσουλάφας, 2002):

1. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρησης προς Επιχείρηση (B2B – Business to Business)
2. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Επιχείρησης προς Καταναλωτή (B2C – Business to Customer)
3. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Καταναλωτή προς Δημόσια Διοίκηση (C2G – Customer to Government)
4. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Καταναλωτή προς Καταναλωτή (C2C - Customer to Customer)
5. Ηλεκτρονικό Εμπόριο Κράτος προς Κράτος (G2G – Government to Government)
6. Ηλεκτρονικό εμπόριο Επιχείρησης με Κράτος (B2G – Business to Government)
7. Ενδο-επιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο (B2E – Business to Employee)

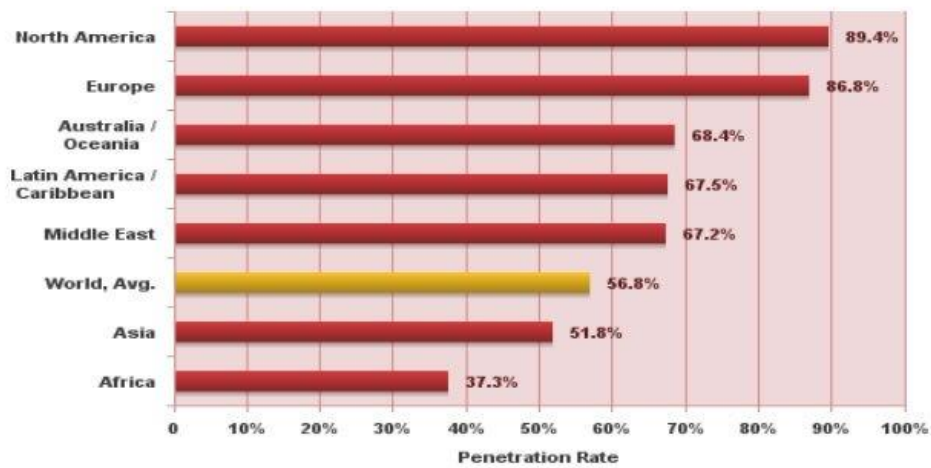
## **2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας**

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, η εξέλιξη, αλλά και η ευκολία στη χρήση του, δυναμώνουν αντίστοιχα με τις νέες τεχνολογίες που γίνονται διαθέσιμες (Sipa, Gorzeń-Mitka, Skibiński, 2015). Η προσφορά και η ζήτηση, όπως επηρεάζει τις αγοραστικές σχέσεις, έτσι προωθεί τις διαδικτυακές συναλλαγές. Οι καταναλωτές φαίνεται πως χρόνο με τον χρόνο, ανταποκρίνονται στην αυξανόμενη κυριαρχία του διαδικτύου και το χρησιμοποιούν από την άνεση του νοικοκυριού τους. Έτσι, σταδιακά, οι ίδιοι αντιλαμβάνονται την τεράστια ποικιλία και πληθώρα επιλογών που οι ηλεκτρονικές αγορές μπορούν να τους προσφέρουν.

### **2.2.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας στο εξωτερικό**

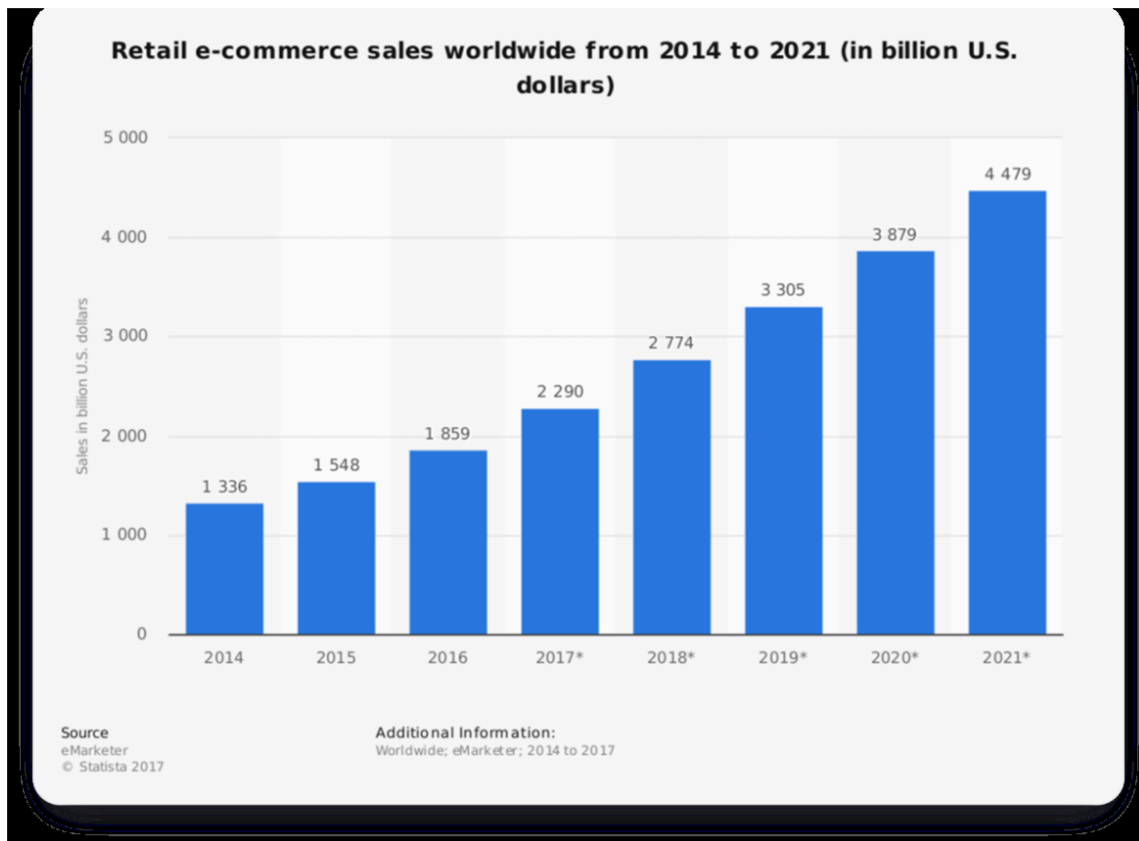
Η χρήση του διαδικτύου γίνεται ολοένα και περισσότερο απαραίτητη στις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες χώρες, τόσο στον τομέα της εργασίας όσο και την επικοινωνίας. Ωστόσο, ένα μεγάλο μέρος του διαδικτύου αφορά το εμπόριο. Αυτό έχει ως φυσικό επακόλουθο, όπως το διαδίκτυο εξελίσσεται και χρησιμοποιείται από τα άτομα, τόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο εδραιώνεται στις καταναλωτικές συνήθειες των χρηστών, αντικαθιστώντας ή συμπληρώνοντας τις φυσικές αγορές.

Τα τελευταία χρόνια, τα άτομα που χρησιμοποιούν το ίντερνετ, αυξάνονται κατά 15% ανά έτος (Gregor & Kalińska-Kula, 2018). Αναφερόμενοι στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το 89% του πληθυσμού είχε οικιακή πρόσβαση στον διαδικτυακό ιστό. Τον Μάρτιο του 2019, στη Βόρεια Αμερική, 89,4% του πληθυσμού είχε πρόσβαση στο διαδίκτυο. Το αντίστοιχο ποσοστό για την Ευρώπη κυμάνθηκε στο 86,8%, το δεύτερο μεγαλύτερο στον κόσμο. Ακολούθησε η Ωκεανία-Αυστραλία, η Λατινική Αμερική-Καραϊβική και η Μέση Ανατολή με παρόμοια ποσοστά, 68,4%, 67,5% και 67,2%, αντίστοιχα. Στην Ασία, μόλις το 51,8% του πληθυσμού αποκτά πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ στην Αφρική, μονάχα το 37,3% έχει αυτή την ‘πολυτέλεια’. Ο παγκόσμιος μέσος όρος πληθυσμού με ενεργή πρόσβαση στο ίντερνετ φτάνει το ποσοστό του 56,8%, (βλ. Πίνακα 1).



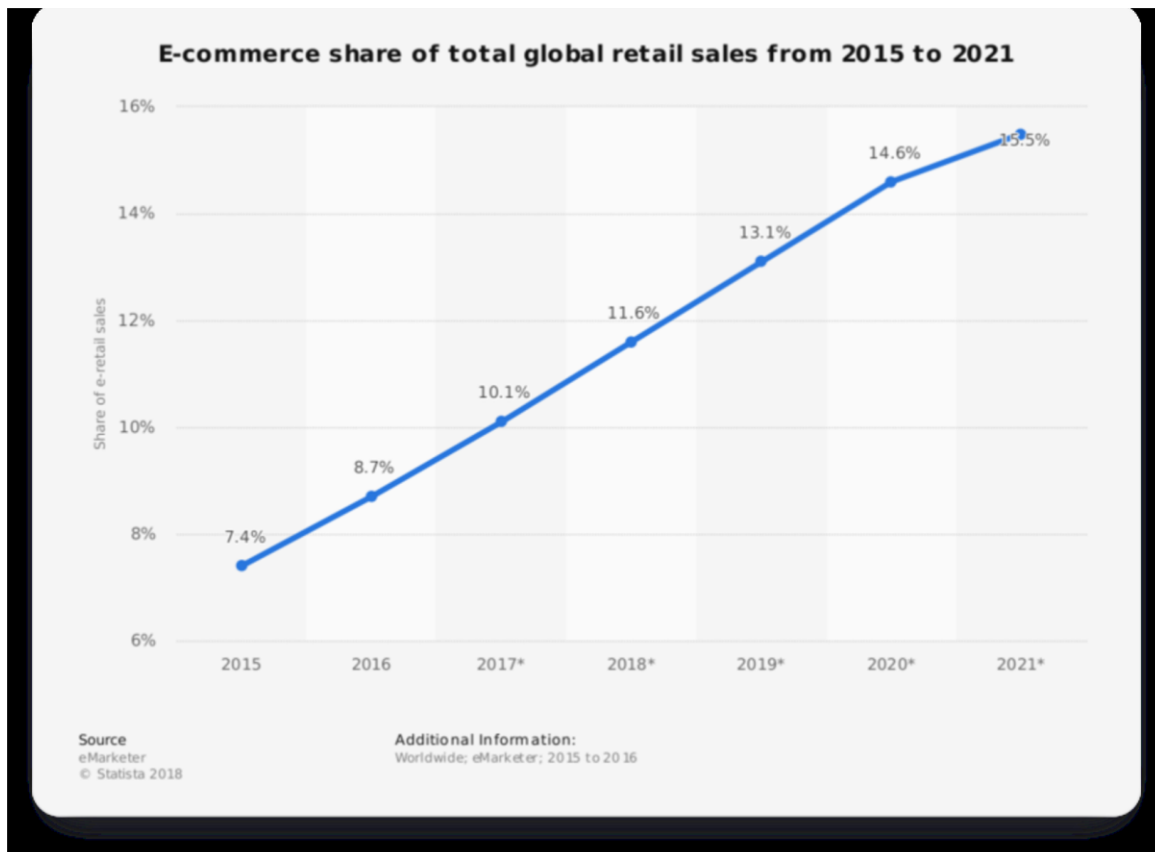
Πίνακας 1: Ρυθμός Διείσδυσης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις Χώρες της Ε.Ε. (Πηγή: Gregor & Kalińska-Kula, 2018).

Οι ηλεκτρονικές αγορές συνεχίζουν την ανοδική τους πορεία, ενώ από το 2009 έως και το έτος 2017, το ποσοστό ολοκληρωμένων αγορών μέσω διαδικτύου αυξήθηκε κατά 12%, στις χώρες της Ε.Ε (Gregor & Kalińska-Kula, 2018). Σημαντικό να αναφερθεί, είναι πως η τάση προς τις διαδικτυακές αγορές έφερε όλο και περισσότερους επιχειρηματίες να λαμβάνουν μια θέση στο διαδικτυακό εμπόριο, δημιουργώντας ιστοσελίδες προώθησης και πώλησης των προϊόντων τους. Συγκεκριμένα, από το 2009 έως το 2016, ο αριθμός των ιστοσελίδων στο διαδίκτυο έγινε κατά 5 φορές μεγαλύτερος, από 238 εκατομμύρια ενεργούς ιστότοπους, σε 1.124 εκατομμύρια (Gregor & Kalińska-Kula, 2018).



Πίνακας 2: Λιανικές Ηλεκτρονικές Αγορές Παγκοσμίως από το 2014 έως το 2021 (σε δισεκατομμύρια δολάρια). (Πηγή: Dobрева, K., 2018).

Αναφορικά με το παραπάνω διάγραμμα λιανικών αγορών σε παγκόσμιο επίπεδο και τα έσοδα που προέκυψαν από τις αγοραπωλησίες σε αυτό (βλ. Πίνακα 2), παρατηρούμε πως από το 2014 μέχρι την έναρξη της πανδημίας τα έσοδα από τις ηλεκτρονικές συναλλαγές εμφανίζουν σταδιακά μια αύξηση, ξεκινώντας με 1.336 δις. δολάρια τη συγκεκριμένη χρονιά. Την επόμενη, 2015, προέκυψαν αντιστοίχως 1.548 δις., ενώ το 2016, 1.859 δις. δολάρια. Το έτος 2017, για πρώτη φορά τα έσοδα που σημειώθηκαν ξεπέρασαν τα 2 δις. (συγκεκριμένα 2.290 δις. δολάρια.) και ακολουθώντας την ανοδική πορεία, το 2018, σημειώθηκαν αγορές αξίας 2.774 δις. δολαρίων. Φτάνοντας στο 2019, τη χρονιά της μεγάλης παγκόσμιας αλλαγής, τόσο στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου, όσο και στην υγεία, τα έσοδα που προέκυψαν άγγιξαν τα 3.305 δις. δολάρια (βλ. Πίνακα 2) (Dobрева, K., 2018).



Πίνακας 3: Μερίδιο Ηλεκτρονικού Εμπορίου στις Συνολικές Παγκόσμιες Λιανικές Πωλήσεις από το 2015 έως το 2021. (Πηγή: Dobrena, K., 2018).

Το 2019, λίγο πριν το ξέσπασμα της πανδημίας του covid19 στον κόσμο και στη συνέχεια την μεταφορά του στην Ελλάδα, το 13,1% των συνολικών εσόδων παγκοσμίως προέκυψε μέσω συναλλαγών ηλεκτρονικού εμπορίου, με εκτιμώμενους αγοραστές 1.92 δισεκατομμύρια άτομα. Κοιτάζοντας προς τα πίσω, το 2018, το 11,6% ήταν το ποσοστό του ηλεκτρονικού εμπορίου στις συνολικές παγκόσμιες πωλήσεις λιανικής, ενώ το 2017, το αντίστοιχο ποσοστό κυμάνθηκε στο 10,1%. Για τη χρονιά 2016, μόνο το ποσοστό του 8,7% των ηλεκτρονικών αγορών συνείσφερε στην παγκόσμια οικονομία, ενώ σε ακόμα μικρότερο ποσοστό έφτασε το μερίδιο των αγορών μέσω διαδικτύου το 2015 (συγκεκριμένα 7,4%). Έτσι, βλέπουμε πως από το 2015 έως και το 2019, το μερίδιο του ηλεκτρονικού εμπορίου έτυχε αύξησης 5,7 εκατοστιαίων μονάδων (βλ. Πίνακα 3).

### 2.2.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο προ πανδημίας στην Ελλάδα

Μιλώντας για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα αναφερόμαστε σε μια διαρκώς εξελισσόμενη κατάσταση. Πριν η πανδημία του covid-19 φτάσει στην Ελλάδα, ένα μεγάλο

μέρος του πληθυσμού γνώριζε τις λειτουργίες και τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου, ή είχε χρησιμοποιήσει το ίντερνετ για να ολοκληρώσει μια αγορά. Το αγοραστικό κοινό που απευθυνόταν στις ηλεκτρονικές αγορές προ πανδημίας, απαρτιζόταν κυρίως από άτομα νεότερης ηλικίας ή άτομα εξοικειωμένα με τις ηλεκτρονικές συσκευές. Εφόσον, η κατάσταση δεν ήταν έκτακτη και τα καταστήματα λειτουργούσαν υπό κανονικές συνθήκες, πολλοί καταναλωτές επέλεγαν τη φυσική αλληλεπίδραση με τα προϊόντα από μια ηλεκτρονική αγορά. Η επίσκεψη στα καταστήματα λιανικής πώλησης συχνά συνδυαζόταν με μια βόλτα σε ολόκληρη την αγορά, συναντήσεις με φίλους και κοινωνικές υποχρεώσεις. Ήταν μια ολοκληρωμένη εμπειρία που έμοιαζε περισσότερο δελεαστική. Έτσι, τα άτομα με ενδοιασμούς σχετικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο, δεν προσέγγιζαν αυτό το μέσο αγοράς.

Ωστόσο, η χρήση του διαδικτύου και συνεπώς οι ηλεκτρονικές αγορές έγιναν πιο συχνές και διαδεδομένες λόγω της ταχύτητας και της άνεσης του διαδικτύου (Koyuncu & Lien, 2003). Για το 2013, που οι ενεργοί χρήστες του διαδικτύου στην Ελλάδα ξεπερνούν τα 6 εκατ., υπολογίζεται πως περίπου 2.5 εκατ. χρήστες κάνουν αγορές μέσω ίντερνετ. Τα έσοδα που προκύπτουν από τις διαδικτυακές αγορές ανέρχονται στα 3.5 δις. ευρώ. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα εξακολουθούν να πληθαίνουν και να καταλαμβάνουν μια θέση στην αγορά του διαδικτύου. Τα περισσότερα καταστήματα λιανικής έχουν μια αντίστοιχη ιστοσελίδα αγοραπωλησιών, ενώ όλο και περισσότερα γίνονται και τα καταστήματα που διαθέτουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους αποκλειστικά μέσω ίντερνετ, χωρίς φυσικό κατάστημα (Μπούρχας, 2017). Όπως αναφέρει το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών – Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου το 2019, σημειώθηκαν περίπου 4 εκατομμύρια Ελλήνων καταναλωτών, οι οποίοι θα αγόραζαν διαδικτυακά προϊόντα ή υπηρεσίες, και που η συνολική αξία των αγορών εκείνο το διάστημα άγγιξε τα 10,2 δις. ευρώ (Ιωάννα Φεντούρη, 2020). Πριν το 2019 και συγκεκριμένα το 2013, περισσότερα από 3.000 καταστήματα επικεντρώνονται, πρωτίστως, στις ηλεκτρονικές αγορές, στη χώρα μας. Οι καταστηματάρχες έχουν ήδη αντιληφθεί ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο θα συνεχίσει την ανοδική πορεία του, ανάλογα με τις νέες τεχνολογίες που θα διευκολύνουν τη χρήση του (Μπούρχας, 2017).

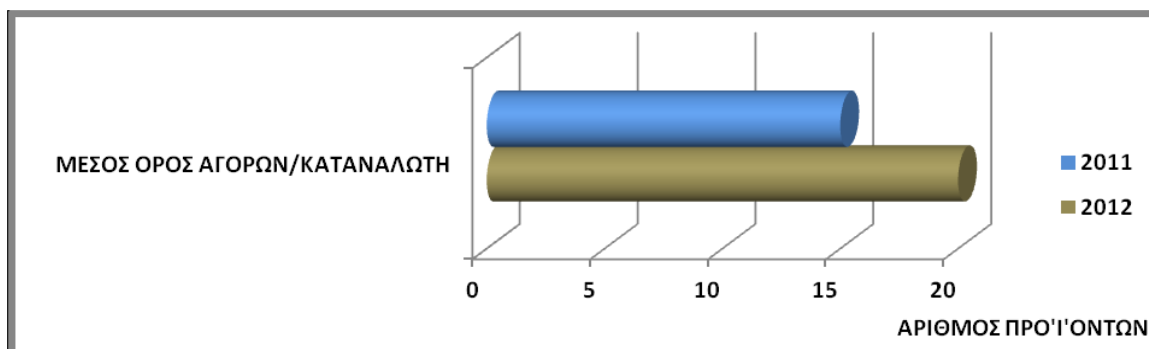
Ανάλογα με τις έρευνες του Εργαστηρίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου, έχουν δημιουργηθεί τα παρακάτω διαγράμματα.



Πίνακας 4: Ποσοστά στις Αγορές Προϊόντων Ελλήνων Χρηστών Μέσω Διαδικτύου το 2008 με το 2012, (Πηγή: Μπούρχας, 2017).

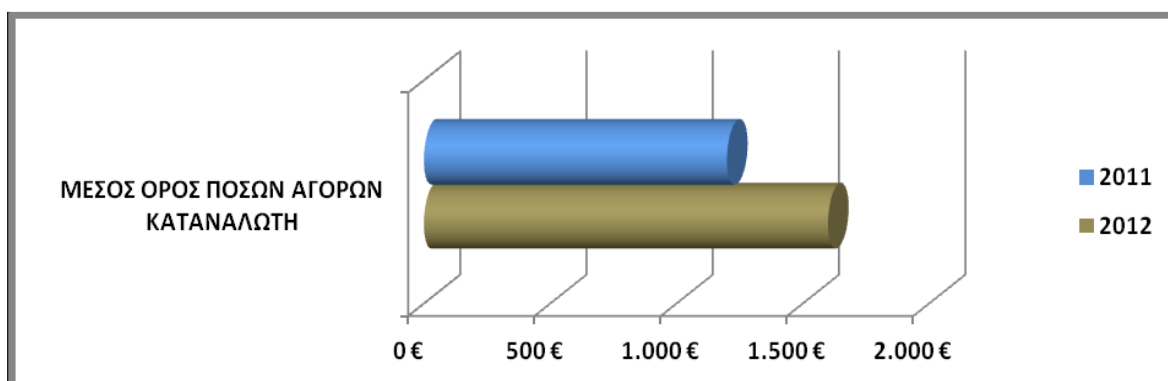
Στο παραπάνω διάγραμμα (βλ. Πίνακα 4) φαίνεται η διαφορά μεταξύ των ηλεκτρονικών αγορών που πραγματοποίησαν Έλληνες χρήστες του διαδικτύου τα έτη 2008 συγκριτικά με το πιο πρόσφατο 2012, για τις 3 βασικότερες κατηγορίες του ρουχισμού, των βιβλίων και περιοδικών και στον τομέα των ταξιδιών. Η διαφορά είναι ξεκάθαρη ανάμεσα στα δύο ποσοστά. Από 4% των χρηστών που έκαναν αγορές για ρουχισμό το 2008, 4 χρόνια αργότερα, το αντίστοιχο ποσοστό εκτινάχθηκε στο 15%. Αντίστοιχα στον τομέα των βιβλίων και περιοδικών, το ποσοστό αγορών μεταβλήθηκε από το 6% στο 15%. Τέλος, την μικρότερη αύξηση συναντούμε στο τομέα των ταξιδιών, όπου 7% των χρηστών ολοκλήρωσαν ηλεκτρονικές αγορές αυτής της ομάδας το 2012, σε αντίθεση με το 5% του έτους 2008 (Μπούρχας, 2017).





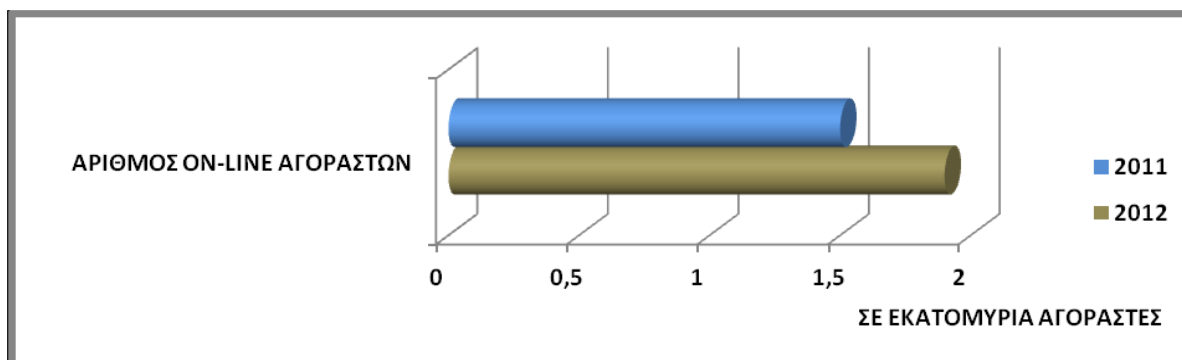
Πίνακας 5: Μέσος Όρος Αγορών/Καταναλωτή το 2011 με το 2012, (Πηγή: Μπούρχας, 2017).

Από την ίδια έρευνα, το επόμενο διάγραμμα (βλ. Πίνακα 5) αντιστοιχεί στο μέσο όρο αγορών ανά καταναλωτή σχετικά με τον αριθμό των προϊόντων που αγοράστηκαν για τις διαδοχικές χρονιές 2011 και 2012. Ακόμα και στο χρονικό διάστημα του ενός έτους, οι ηλεκτρονικές αγορές κατάκτησαν περισσότερους οπαδούς και έχουν αυξηθεί σχετικά με τα προηγούμενα αποτελέσματα. Οι καταναλωτές φαίνεται πως σε έναν χρόνο ολοκλήρωσαν περίπου 15 ηλεκτρονικές αγορές το 2011, ενώ την αμέσως επόμενη χρονιά, σε κάθε άτομο αντιστοιχούσαν 20 αγορές μέσω διαδικτύου στο ίδιο διάστημα (Μπούρχας, 2017).



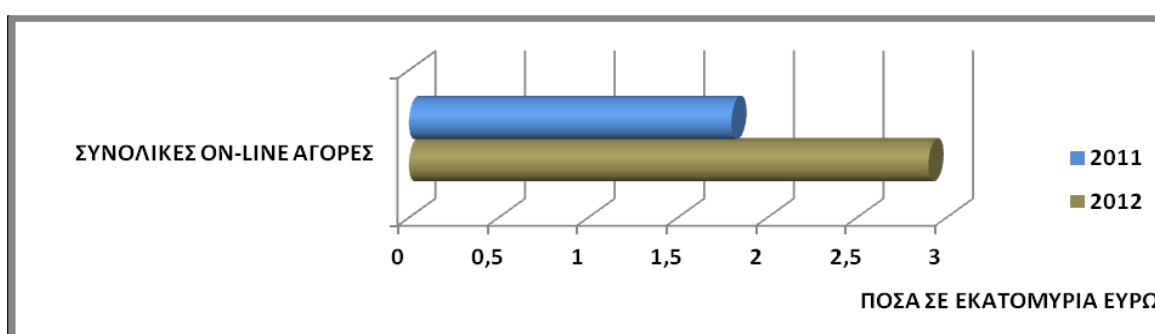
Πίνακας 6: Μέσος Όρος Ποσών Αγορών Καταναλωτή το 2011 με το 2012, (Πηγή: Μπούρχας, 2017).

Οι αγορές του προηγούμενου πίνακα 5 μεταφράζονται σε χρηματικά ποσά στον πίνακα 6. Τα ποσά που δαπανήθηκαν σε ψώνια μέσω ίντερνετ για το 2011 ανήρθαν πάνω από 1.000 ευρώ ανά καταναλωτή. Στο έτος 2012 παρατηρείτε αύξηση περίπου 500 ευρώ. Έτσι, ο κάθε Έλληνας που ολοκλήρωσε μια διαδικτυακή αγορά, εκείνη τη χρονιά, ξόδεψε κατά μέσο όρο, περίπου 1.500 ευρώ. Από τα παραπάνω, αντιλαμβανόμαστε ότι όχι μόνο μεγάλωσε ο αριθμός των καταναλωτών που στρέφονται στις διαδικτυακές αγορές, αλλά και τα χρήματα που καθείς τους διαθέτει σε αυτές (Μπούρχας, 2017).



Πίνακας 7: Αριθμός Διαδικτυακών Αγοραστών το 2011 με το 2012, (Πηγή: Μπούρχας, 2017).

Έτσι, ο αριθμός των ενεργών αγοραστών στο ίντερνετ, από 1.5 εκατ. το 2011, έφτασε τα 2 εκατ. αγοραστές το έτος 2012 (βλ. Πίνακα 7).



Πίνακας 8: Συνολικές Διαδικτυακές Αγορές το 2011 με το 2012, (Πηγή: Μπούρχας, 2017).

Με το τελευταίο πίνακα 8, βλέπουμε πόσα εκατομμύρια ξοδεύτηκαν συνολικά στις ηλεκτρονικές αγορές για τις δύο χρονιές που μελετάμε. Με μια πρώτη ματιά βλέπουμε πως το ποσό σχεδόν διπλασιάστηκε. Το 2011, περισσότερα από 1.5 εκατ. ευρώ δόθηκαν σε αγορές μέσω διαδικτύου. Ωστόσο, το 2012, το ποσό άγγιξε τα 3 εκατ. ευρώ (Μπούρχας, 2017).

### 2.3 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας

Αναμφισβήτητα, το ηλεκτρονικό εμπόριο κατά την διάρκεια της πανδημίας, συνέβαλε σημαντικά στην ασφαλή και άμεση εξυπηρέτηση των καταναλωτών, αλλά και των πωλητών λιανικής και χονδρικής πώλησης. Πλέον σε όλες τις χώρες του κόσμου, παρατηρείται μια έντονη αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών. Καθώς το διαδίκτυο αποτελεί το πλέον βασικό μέσο αγοραπωλησίας, αλλά και επειδή έχει καταφέρει να κερδίσει το καταναλωτικό κοινό, με την αξιοπιστία και την ασφάλεια που προσφέρει, έχει εισχωρήσει σημαντικά στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Κατά συνέπεια, με την σταθερή ανοδική του πορεία προβλέπεται πως το

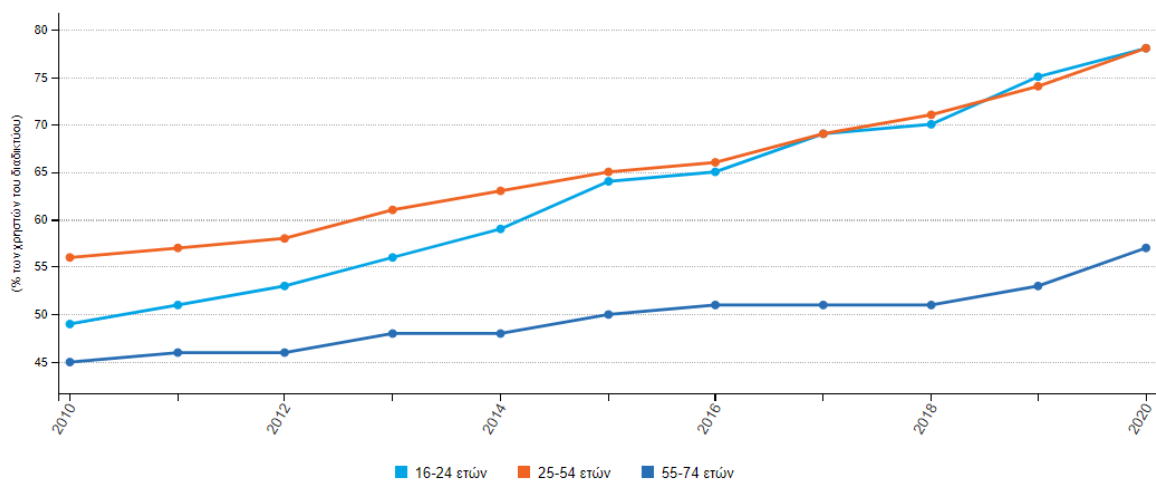
ηλεκτρονικό εμπόριο θα συνεχίσει αυτήν την δυναμική του πορεία μέχρι και το τέλος της πανδημίας, αν όχι και έπειτα (naftemporiki, 2021).

### **2.3.1 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας στο εξωτερικό**

Αναντίρρητα, η πανδημία Covid-19 που έπληξε όλες τις χώρες του κόσμου, δημιούργησε πολλά προβλήματα στην λειτουργία των χωρών, ειδικά στην προσπάθειά τους να αντιμετωπίσουν τα νέα δεδομένα. Ωστόσο, παρά τις δυσκολίες με τον υποχρεωτικό εγκλεισμό των ανθρώπων, δημιουργήθηκαν και κάποιες ευκαιρίες σε ότι αφορά το εμπόριο. Έτσι, με την νέα δυνατότητα που δόθηκε στους καταναλωτές, αλλά και γενικότερα, η ζήτηση των αγορών στα ηλεκτρονικά καταστήματα γιγαντώθηκε.

Σύμφωνα με την έρευνα της Eurostat για το 2020, οι διαδικτυακές αγορές στην Ευρωπαϊκή Ένωση αυξήθηκαν σημαντικά, αφού σε σύγκριση με το 2019 το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που πραγματοποίησαν αγορές έφτασε το 68%, ενώ σε σύγκριση με το 2015 έφτασε στο 62%. Ακόμα, συγκρίνοντας τα στοιχεία για το ποιο κράτος-μέλος της Ε.Ε. είχε το μεγαλύτερο ποσοστό ηλεκτρονικών αγορών σε προϊόντα ή υπηρεσίες, διαπιστώνουμε πως πρώτη έρχεται η Ολλανδία με 91%, ακολουθεί η Δανία με 90%, μετά η Γερμανία με 87%, η Σουηδία με 86% και η Ιρλανδία με 81%. Ενώ, φαίνεται πως και άλλες χώρες είχαν αυξήσεις των ποσοστών των ηλεκτρονικών αγορών, που πραγματοποίησαν στην πανδημία σε σχέση με πριν, αλλά ήταν σε χαμηλά ποσοστά, δηλαδή πιο συγκεκριμένα ήταν κάτω του 50% (Eurostat, 2021). Συνεπώς, παρατηρείται πως από την αρχή της πανδημίας σε όλη την Ε.Ε. οι διαδικτυακές αγορές αυξήθηκαν ραγδαία για όλες τις ηλικιακές κατηγορίες (βλ. Πίνακα 9).

*Χρήστες του Διαδικτύου που αγόρασαν ή παρήγγειλαν αγαθά ή υπηρεσίες για ιδιωτική χρήση κατά τους προηγούμενους 12 μήνες ανά ηλικιακή ομάδα, ΕΕ-27, 2010-2020*



Πίνακας 9: Εκτιμήσεις της ΕΕ-27 για το 2020 σε ποσοστό επί % των χρηστών του διαδικτύου. (Πηγή: Eurostat (ηλεκτρονικός κωδικός δεδομένων: isoc\_ec\_ibuy και isoc\_ec\_ib20).

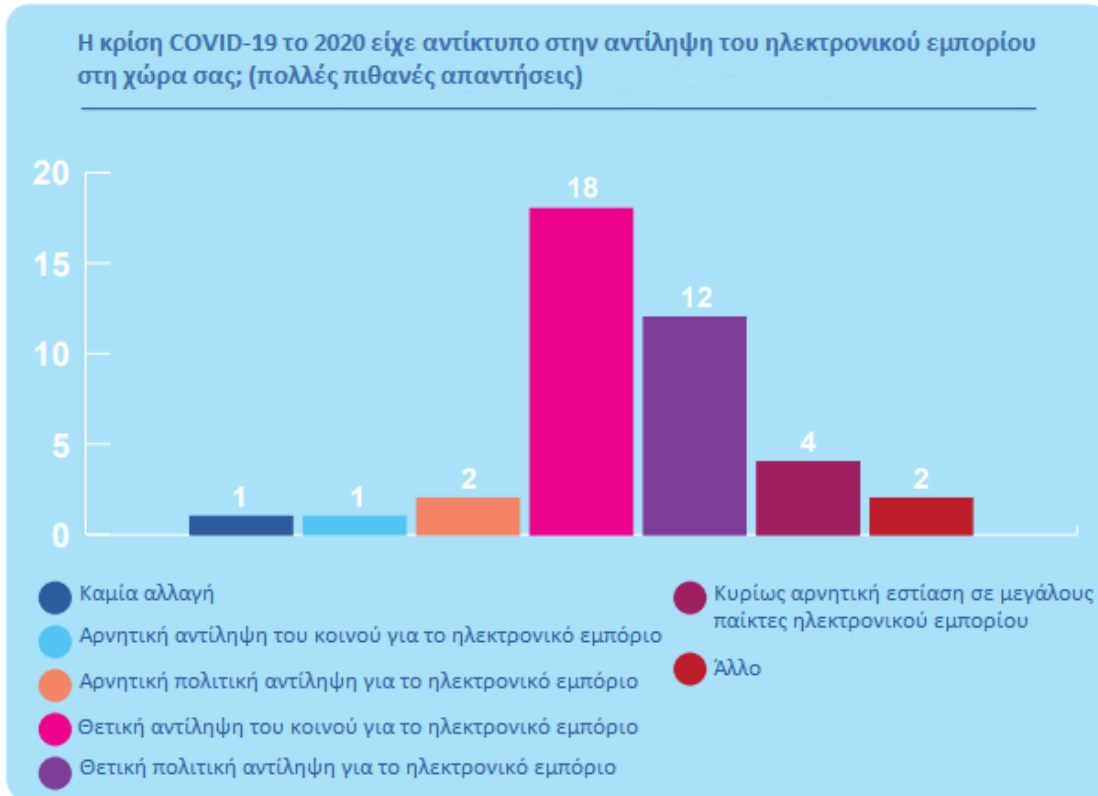
Ακόμα, σύμφωνα με την ίδια έρευνα, για το διάστημα τρεις μήνες πριν την έναρξή της, βρέθηκαν κάποια ποσοστά για τις κατηγορίες αγορών που πραγματοποιούσαν μέχρι τότε τα κράτη μέλη της Ε.Ε. Ξεκινώντας λοιπόν με το μεγαλύτερο ποσοστό που ήταν το 64% από τους διαδικτυακούς αγοραστές, οι οποίοι επέλεξαν διάφορα είδη ένδυσης, υπόδησης και αξεσουάρ, ακολούθησε το 32% που ήταν για διαδικτυακές προβολές η αγορές ταινιών ή/και σειρών. Στην συνέχεια, με ποσοστό 29% οι διαδικτυακοί αγοραστές επέλεξαν είδη τροφίμων, ενώ με ποσοστό 27% επέλεξαν είδη περιποίησης και ομορφιάς, καθώς με το ίδιο ποσοστό ήταν και οι αγορές για ενημερωτικά ή ψυχαγωγικά βιβλία. Τέλος, με ποσοστό 26% οι διαδικτυακοί αγοραστές επέλεξαν μεταξύ υπολογιστών, tablets, κινητά τηλέφωνα ή τα αξεσουάρ τους και μουσική σε υπηρεσία συνεχούς ροής ή λήψεις (Eurostat, 2021). Όπως έδειξε η έρευνα, οι συγκεκριμένοι αγοραστές προτίμησαν να αγοράσουν περισσότερα προϊόντα ένδυσης από το διαδίκτυο, από ότι προϊόντα πρώτης ανάγκης, τα οποία προφανώς μπορούσαν εύκολα να βρουν στα διαθέσιμα σουπερμάρκετ.

Πρέπει να τονιστεί βέβαια πως υπήρχαν και οι πωλήσεις ταξιδιωτικών-διαδικτυακών εισιτηρίων, στις οποίες η μείωση έφτασε μεταξύ 40% και 70% (Eurostat, 2021). Επομένως, οι αντίστοιχες εταιρίες αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα για μεγάλο χρονικό διάστημα, ενώ, καθώς η πανδημία βρίσκεται σε εξέλιξη, η αβεβαιότητα των πωλήσεων στον αντίστοιχο κλάδο συνεχώς αυξάνει.

Επιπλέον, παρατηρείται πως στην αρχή της πανδημίας που οι περισσότεροι καταναλωτές αναγκάστηκαν να οδηγηθούν στα ηλεκτρονικά καταστήματα για τις αγορές τους, δημιουργήθηκε από την πλευρά των διανομέων ένα τεράστιο χάος. Ως αποτέλεσμα οι μεταφορικές εταιρείες αποδιοργανώθηκαν και έτσι πολλοί καταναλωτές έμειναν δυσαρεστημένοι από τις υπηρεσίες τους. Ακόμα, άλλα προβλήματα που αντιμετώπισαν οι αγοραστές της Ε.Ε. ήταν τεχνικές βλάβες στις ιστοσελίδες και καταστροφές ή λανθασμένα προϊόντα ή υπηρεσίες. Αντίθετα όμως, υπήρξε μεγάλο ποσοστό (71%) των χρηστών που έμειναν ευχαριστημένοι από τις αγορές τους (Eurostat, 2021).

Επίσης, υπήρχαν και αυτοί που δεν ήθελαν να πραγματοποιήσουν κάποια ηλεκτρονική αγορά (73%), λόγω ότι προτιμούσαν να βλέπουν τα προϊόντα πριν τα αγοράσουν ή ότι ήθελαν να στηρίξουν τα φυσικά καταστήματα. Παρόλα αυτά, παρατηρήθηκε πως για την ηλικιακή κατηγορία 16-24 που πραγματοποίησε ηλεκτρονικές αγορές, το 34% επέλεξε να αγοράσει από πωλητή στην Ε.Ε., ενώ το 24% εκτός της Ε.Ε. Ωστόσο, οι περισσότεροι καταναλωτές σε όλες τις ηλικιακές κατηγορίες, επέλεξαν να αγοράσουν διαδικτυακά προϊόντα από τους εθνικούς τους πωλητές (Eurostat, 2021).

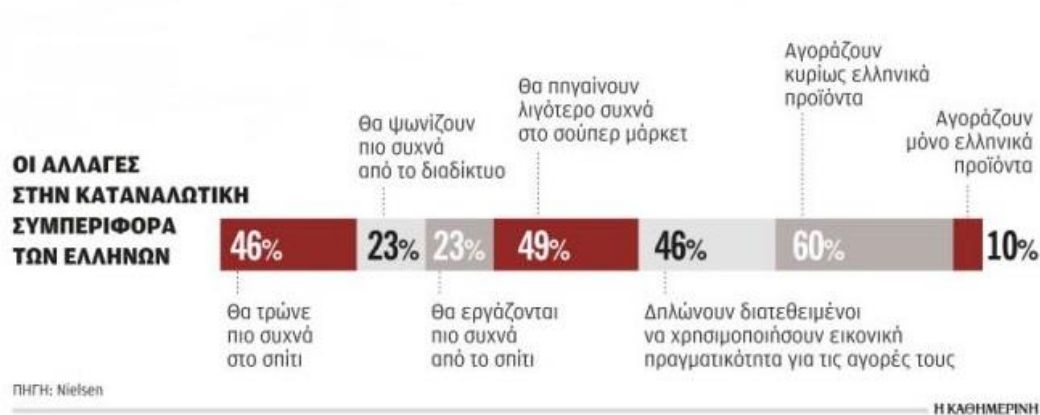
Τέλος, όπως φαίνεται και στον πίνακα 10 το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρωπαϊκή Ένωση, δημιούργησε μια αρκετά θετική εικόνα ως προς την αντίληψη του καταναλωτικού κοινού σε αυτό. Αυτή η θετική αντίληψη που παρουσιάστηκε, αποδεικνύει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο συνέβαλε σημαντικά στην ολοκλήρωση των αγορών κατά την διάρκεια της πανδημίας. Συνεπώς, χάρις την χρησιμότητα για την ασφάλεια και την ευκολία που παρείχε στους καταναλωτές του, καθώς και την θετική αντίληψη που τους δημιούργησε, το ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται ότι θα συνεχίσει την ανοδική πορεία του και μετά το τέλος της πανδημίας.



Πίνακας 10: Στοιχεία της Eurostat για το 2020, σε σχέση με την αντίληψη των καταναλωτών μέσα στην κρίση. (Πηγή: Eurostat 2021).

### 2.3.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο εν μέσω πανδημίας στην Ελλάδα

Η συμβολή του ηλεκτρονικού εμπορίου εν μέσω πανδημίας φάνηκε πως βοήθησε σημαντικά την οικονομία της χώρας, καθώς ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές στράφηκαν σε αυτό, αν όχι για όλες, τουλάχιστον για τις περισσότερες αγοραστικές τους συνήθειες. Όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα 11, λόγω της αλλαγής στον τρόπο ζωής των ανθρώπων χάρις τον υποχρεωτικό εγκλεισμό στο σπίτι, παρατηρήθηκε πως το 23% των καταναλωτών επέλεξε πιο συχνά να αγοράζει από το διαδίκτυο. Ενώ, σημαντικό ποσοστό αποτέλεσε το 46% των καταναλωτών οι οποίοι δήλωσαν διατεθειμένοι να χρησιμοποιήσουν εικονική πραγματικότητα για τις αγορές τους (Καθημερινή, 2020).



Πίνακας 11: Οι Αλλαγές στην Καταναλωτική Συμπεριφορά των Ελλήνων το 2020 (Πηγή: Η Καθημερινή).

Σύμφωνα με την έρευνα του ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) το 2020, προβλέπεται η σταδιακή άνοδος της οικονομίας για το 2021, ενώ για το 2022 προβλέπεται μια πιο θετική αύξηση, λόγω πιθανών επενδυτικών εγχειρημάτων. Ακόμα, από την έρευνα διαπιστώθηκε πως το 2020 η οικονομία της χώρας μειώθηκε κατά 10,1%, ώστε το 2021 να δημιουργήσει αύξηση κατά 0,9% και το 2022 αύξηση κατά 6,6% (naftemporiki, 2021).

Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνα της Pulse RC στα μέσα Απριλίου του 2020, παρατηρήθηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό των Ελλήνων καταναλωτών, χρησιμοποιεί πολύ συχνά πια, «έστω κάποια φορά την εβδομάδα» το ίντερνετ, με ποσοστό 88%, ενώ με ποσοστό 2%, για όσους το χρησιμοποιούν έστω «κάποιες φορές το μήνα». Όσο για τις αγορές στο ίντερνετ, σύμφωνα με την Pulse RC, φαίνεται πως πριν την πανδημία είχε ποσοστό αύξησης 9%, ενώ το 2020, εν μέσω πανδημίας, έφτασε αύξηση κατά 20% για όσους αγόραζαν συχνά (έστω μία φορά την εβδομάδα), και αύξηση κατά 31% για όσους αγόραζαν μία φορά το μήνα (LIFO, 2020).

Ακόμα, από την ίδια έρευνα της Pulse RC το 2020, σε δείγμα 46% του πληθυσμού, σημειώθηκε ποσοστό χρήσης των ηλεκτρονικών καταστημάτων από καταναλωτές που επιλέγουν να αγοράζουν από ελληνικά καταστήματα, ύψους 73%. Επίσης, το 71% αυτού του πληθυσμού, φαίνεται πως θεωρεί τις αγορές από το ίντερνετ αρκετά αξιόπιστες. Τέλος, πάνω από το 76%, έδειξαν ευχαριστημένοι για την ποιότητα και την ποικιλία που παρέχουν, ενώ το 68% έμειναν και ευχαριστημένοι με την εξυπηρέτηση (LIFO, 2020).

Επιπρόσθετα, συγκρίνοντας τις αγορές που πραγματοποιούσαν οι Έλληνες καταναλωτές την πρώτη εβδομάδα του Απριλίου με την πρώτη εβδομάδα του Μαρτίου το 2020, ήταν πρώτα τα προϊόντα ψυχαγωγίας με αύξηση 433%, ο αθλητισμός και τα χόμπι με αύξηση 129% και τα

παιδικά – βρεφικά είδη με αύξηση 118%. Ενώ, μετά από την πρώτη εβδομάδα του Μαρτίου, που άρχισε η πρώτη καραντίνα, πάρα πολλές κατηγορίες αγορών στο διαδίκτυο αυξήθηκαν ραγδαία. Μερικές κατηγορίες από αυτές, ήταν τα puzzles με αύξηση 1.654%, οι web cameras με αύξηση 1.256% και τα στρώματα γυμναστικής με αύξηση 772% (GRECA, όπως αναφέρει η Λέττα Καλαμαρά, 2020). Επίσης, σύμφωνα με το eBay, άλλες κατηγορίες που αυξήθηκαν σημαντικά, ήταν τα βιντεοπαιχνίδια με 80%, τα μυρωδικά/βότανα με σύνολο 42%, μεταξύ Ελλήνων και Βρετανών, τα αφεψήματα με 62%, ενώ υπήρχε και μία γενική αύξηση σε είδη ψυχαγωγίας και φαρμακευτικά προϊόντα (eBay, όπως αναφέρει η Λέττα Καλαμαρά, 2020).

Ωστόσο, υπήρχαν και οι κατηγορίες που στην αρχή του υποχρεωτικού εγκλεισμού σημείωσαν μείωση στις πωλήσεις τους κάτω από 50%. Κάποιες από τις κατηγορίες αυτές ήταν τα προϊόντα μόδας, τα είδη ταξιδιού και μεταφοράς, καθώς και τα προϊόντα αυτοκίνησης και μοτοκίνησης. Βέβαια, στην πορεία κάποιες από αυτές τις κατηγορίες κατάφεραν κάπως να ανακάμψουν, όπως η μόδα που σε περιόδους γιορτών έφτασε το +4% (GRECA, όπως αναφέρει η Λέττα Καλαμαρά, 2020). Επομένως, το ηλεκτρονικό εμπόριο στο σύνολό του σημείωσε αύξηση στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων του, οι οποίες συνεχώς αναπτύσσονται.

Παρόλη την ευκολία όμως που παρείχε το ηλεκτρονικό εμπόριο στους καταναλωτές και στους χονδρέμπορους, η πανδημία επέφερε και κάποιες δυσκολίες για τους πωλητές λιανικής, οι οποίοι δεν διαθέταν ηλεκτρονικό κατάστημα πριν από εκείνη την στιγμή και αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν άμεσα στα νέα δεδομένα.

Όπως αναφέρει το Digital Steps (πρακτορείο υποστήριξης μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων) το 2021, σημαντικό γεγονός, αποτέλεσε η παροχή βοήθειας του προγράμματος ΕΣΠΑ e-Λιανικό, το οποίο μέχρι την λήξη του, αρχές Απρίλη 2021, συγκέντρωσε 11.503 αιτήσεις από μικρές επιχειρήσεις που ενδιαφέρονταν να συμμετέχουν στον νέο τρόπο αγοραπωλησίας. Αυτή η κίνηση για τους συγκεκριμένους έμπορους, αποδείχθηκε μεγάλη ευκαιρία, καθώς, δόθηκε η δυνατότητα σε αυτούς να πραγματοποιήσουν τις συναλλαγές τους με μεγαλύτερη ασφάλεια και στους πελάτες τους να μπορούν πιο εύκολα να έχουν πρόσβαση σε αυτά τα καταστήματα.

Επιπρόσθετα, όπως αναφέρει για την χώρα η έκθεση του e-Commerce Europe 2020, τα ηλεκτρονικά καταστήματα τα οποία, εν μέσω πανδημίας αύξησαν εντυπωσιακά τις πωλήσεις τους, ήταν τα διαδικτυακά παντοπωλεία (online Grocery) και τα διαδικτυακά φαρμακεία (online Pharmacy). Βέβαια, για τα τελευταία, η αγορά για τα φαρμακευτικά προϊόντα είχε αρχίσει νωρίτερα από τα τελευταία χρόνια να σημειώνει ανοδική πορεία.



Για τα ελληνικά διαδικτυακά παντοπωλεία (online Grocery), παρατηρήθηκε πως το 2020 στις αρχές της πανδημίας, σημείωσε εντυπωσιακή άνοδο στα 262%, σε σχέση με το 2019 που οι πωλήσεις βρίσκονταν στα 163,3εκατ.€. Επίσης, αποδείχτηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό ανάπτυξης ήταν τον μήνα Δεκέμβριο του 2020 με 669% Y-o-Y Growth rate (βλ. Πίνακα 12), (Convert Group, 2021).



Πίνακας 12: Σύνολο Ανάπτυξης Διαδικτυακών Παντοπωλείων το 2020 (Πηγή: eRetail Audit by Convert Group, 2021).

Ενώ, για τα ελληνικά διαδικτυακά φαρμακεία (online Pharmacy), διαπιστώθηκε πως το 2020 στις αρχές της πανδημίας, σημείωσε εντυπωσιακή άνοδο στα 18,5%, σε σχέση με το 2019 που οι πωλήσεις βρίσκονταν στα 223,2εκατ.€. Επίσης, αποδείχτηκε πως το μεγαλύτερο ποσοστό ανάπτυξης ήταν τον μήνα Νοέμβριο του 2020 με 95% Y-o-Y Growth rate (βλ. Πίνακα 13), (Convert Group, 2021).

## Online Pharmacy Market Size and Growth

Annual Report 2020 | Trends Report by eRetail Audit

Estimation based on actual data from eRetail Audit market sample and projections to reflect overall players

Sales Value Growth 2020 versus 2019

Estimation for 2020  
Online Pharmacy  
Ttl Market Turnover  
incl. VAT

€223,2M

all Online Pharmacy Players

Total market  
+18,5%

eRetail Audit  
Market Sample  
+44%

ONLINE PHARMACY TTL MARKET Y-O-Y SALES & SALES VALUE GROWTH RATE  
2015 - 2020 by eRetail Audit | Convert Group



▶ 313 total online Pharmacies | 202 of them have traffic above 3K/ month

▶ 30 of them have 80% of total turnover

▶ eRetail Audit Representation in Retailers: 74 online pharmacies | eRetail Audit Representation (Market Sample) in sales: 54,3% [2020]

Total Online Pharmacy market landscape estimation is based on data from eRetail Audit Market data and experts' estimation approach.  
© 2021 Convert Group | eRetail Audit of Online Pharmacies in Greece | All rights reserved

convert group  
with your digital potential

Πίνακας 13: Σύνολο Ανάπτυξης Διαδικτυακών Φαρμακείων το 2020 (Πηγή: eRetail Audit by Convert Group, 2021).

Τέλος, συμπεραίνεται πως στην Ελλάδα, όπως και στο εξωτερικό, το ηλεκτρονικό εμπόριο δημιούργησε μία έντονη θετική εντύπωση στους καταναλωτές και δημιούργησε αρκετές ευκαιρίες για τους πωλητές, άρα στο μέλλον προβλέπεται πως όλο και περισσότεροι θα απευθύνονται σε αυτό για τις συναλλαγές τους.

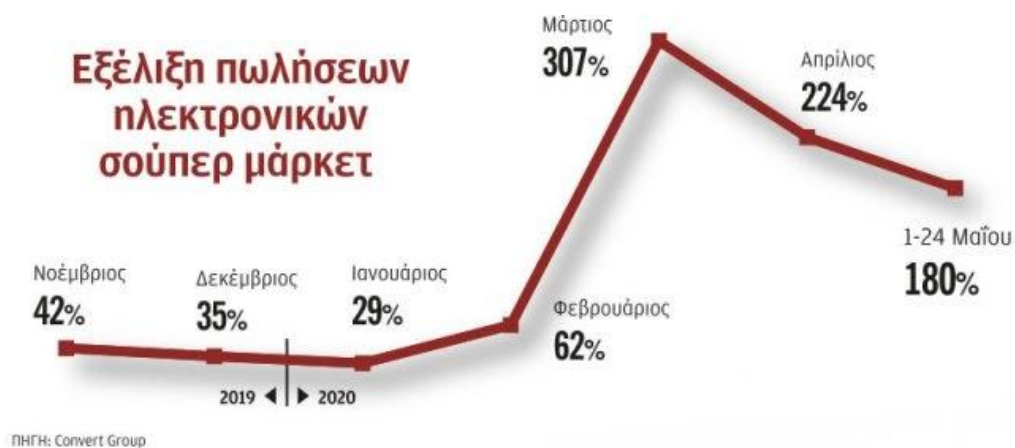
### 2.4 Ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών καταστημάτων

Κατά την διάρκεια της πανδημίας, και κυρίως για λόγους προστασίας της υγείας, δηλαδή για να αποφεύγονται οι επαφές με τον κόσμο και για να υπάρχει η δυνατότητα των ανέπαφων συναλλαγών (μέσω καρτών και PayPal), οι περισσότεροι καταναλωτές απευθύνθηκαν στα ηλεκτρονικά καταστήματα για την άμεση και ασφαλέστερη ολοκλήρωση των αγορών τους. Έτσι, λόγω της απότομης αύξησης των ηλεκτρονικών αγορών και των απαιτήσεων των καταναλωτών, τα ηλεκτρονικά καταστήματα, γνωστά και ως e-shops, αύξησαν την ποιότητα και την ποσότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσέφεραν μέχρι πρότινος. Ενώ, την ίδια χρονική περίοδο δημιουργήθηκαν και πολλά νέα e-shops. Το αποτέλεσμα που προέκυψε από αυτή την ξαφνική αναβάθμιση – βελτίωση των e-shops και την εισαγωγή νέων στην αγορά, δημιούργησε ένα εξίσου έντονο ανταγωνισμό μεταξύ τους.

Τα περισσότερα ηλεκτρονικά καταστήματα, εν μέσω πανδημίας, για την άμεση εξυπηρέτηση των πελατών τους, προβήκαν σε αναβαθμίσεις της ιστοσελίδας τους, ώστε να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες, αλλά και για να εξυπηρετήσουν καλύτερα και άλλες κατηγορίες αγοραστών, που μέχρι πρότινος δεν είχαν την δυνατότητα, ή απλά δεν το είχαν χρησιμοποιήσει.

Επιπλέον, με τα νέα δεδομένα και την αύξηση της ζήτησης, τα e-shops χρειάστηκαν να επιστρατεύσουν νέο εργατικό δυναμικό και πιθανόν νέο εξοπλισμό, καθώς και να καθησυχάσουν το αγοραστικό κοινό τους για την ασφάλεια των προσωπικών τους δεδομένων και να τους ενημερώσουν για τα μέτρα προστασίας της υγείας τους (Ιωάννα Φεντούρη, 2020).

Ακόμα, παρατηρήθηκε πως πολλά e-shops που χρησιμοποιούσαν κυρίως την κατ' οίκων εξυπηρέτηση, αναγκάστηκαν εκτός από τις νέες προσλήψεις, να συνεργαστούν και με νέες μεταφορικές εταιρίες, ώστε να καλύψουν την αυξημένη ζήτηση των πελατών τους. Όπως αναφέρεται στο άρθρο της κα. Ιωάννας Φεντούρη το 2020, ένα αντίστοιχο παράδειγμα είναι η πρωτοβουλία του ομίλου Σκλαβενίτη να συνεργαστεί με την πλατφόρμα παραγγελίας φαγητού e-food, που δίνει την δυνατότητα παραγγελίας για 2.500 βασικά προϊόντα του σουπερμάρκετ. Ενώ, πολλά ακόμα σουπερμάρκετ έφτιαξαν το δικό τους e-shop και οι πωλήσεις στο σύνολό τους αυξήθηκαν κατά 180% (βλ. Πίνακα 14), όπως και ο ανταγωνισμός μεταξύ τους (Δήμητρα Μανιφάβα, 2020).



Πίνακας 14: Εξέλιξη Πωλήσεων Ηλεκτρονικών Σουπερμάρκετ από το 2019 στο 2020 (Πηγή: Convert Group, 2020).

Επιπρόσθετα, άλλος ένας παράγοντας που δημιουργεί αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των e-shops, είναι ο καταιγισμός των προσφορών από τα «έμπειρα» ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία είτε με ενημερωτικά e-mails, είτε με διαφημίσεις στο ίντερνετ, αλλά και σε άλλα μέσα ενημέρωσης, προσπαθούν να προσελκύσουν τους καταναλωτές με τις φαινομενικά χαμηλές τιμές τους. Παράλληλα, πολλά e-shops για την ευκολία εύρεσης των επιθυμητών προϊόντων

για τους χρήστες τους, δημιούργησαν επιπλέον κατηγορίες στις ήδη υπάρχουσες κατηγορίες τους (Ιωάννα Φεντούρη, 2020).

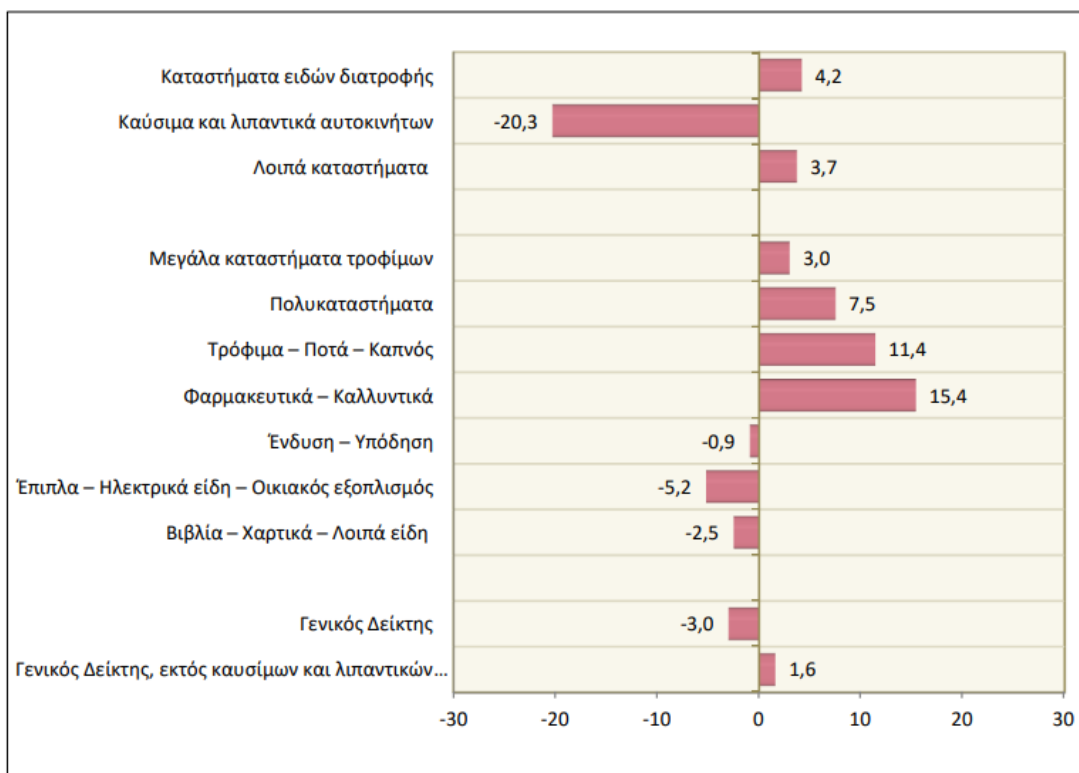
Τέλος, πολλές μικρές επιχειρήσεις που μόλις μέσα στην καραντίνα ξεκίνησαν το δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα, κατάφεραν να προσελκύσουν το κοινό τους ξανά και με μεγαλύτερη ασφάλεια πλέον, ώστε να μπορούν συμβαδίσουν με τις νέες συνθήκες. Ένα παράδειγμα όπως αναφέρει στο άρθρο της η κα. Ιωάννα Φεντούρη το 2020, είναι τα παραδοσιακά Καφεκοπτεία Λουμίδα, τα οποία κοντά στις αρχές της πρώτης καραντίνας, δηλαδή τον Απρίλιο του 2020, δημιούργησαν το δικό τους e-shop. Ενώ, παρατηρήθηκε πως πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα, έριξαν τις τιμές στα προϊόντα τους, και μείωσαν κατά πολύ τα μεταφορικά τους έξοδα ή τα έκανα μηδενικά.

## **2.5 Ανταγωνισμός μεταξύ ηλεκτρονικών - φυσικών καταστημάτων**

Αναντίρρητα, με την αυξημένη ζήτηση που παρουσιάζουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα εν μέσω πανδημίας, τα φυσικά καταστήματα σημειώνουν πολύ χαμηλά επίπεδα πωλήσεων. Αυτό συνέβη, καθώς τα τελευταία ήταν υποχρεωμένα να παραμείνουν κλειστά για μεγάλα χρονικά διαστήματα και ακόμα και όταν μπορούσαν να ανοίξουν, υπό περιορισμούς, η επισκεψιμότητά τους ήταν κατά πολύ μειωμένη από ότι πριν την πανδημία. Έτσι, τα φυσικά καταστήματα που δεν διαθέταν και ηλεκτρονικό κατάστημα, έπρεπε να αντιμετωπίσουν την νέα πραγματικότητα με δραστικά μέτρα ή αναγκαστικά να προβούν σε κλείσιμο των επιχειρήσεών τους.

Καθώς, ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν να πραγματοποιούν τις αγορές τους στο διαδίκτυο, για μεγαλύτερη ασφάλεια, τα φυσικά καταστήματα δέχονται όλο και λιγότερους. Γι' αυτό και σύμφωνα με την έρευνα της Pulse RC το 2020, το ποσοστό των επισκεπτών στα φυσικά καταστήματα μειώθηκε από 71% σε 52% (Pulse RC, 2020).

Επίσης, σύμφωνα με έρευνα της ΕΛΣΤΑΤ τον Ιανουάριο του 2021, ο δείκτης του κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο μειώθηκε από την προηγούμενη χρονιά κατά 5%. Αυτό το αποτέλεσμα προέκυψε καθώς υπήρξαν πολλές κατηγορίες προϊόντων, οι οποίες μειώθηκαν σημαντικά από την προηγούμενη χρονιά, όπως ενδεικτικά είναι τα καύσιμα και τα λιπαντικά των αυτοκινήτων τα οποία σημείωσαν μείωση κατά 20,3% (βλ. Πίνακα 15), (ΕΛΣΤΑΤ, 2021).



Πίνακας 15: Ετήσια Μεταβολή (%) Δεικτών Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο Ιανουαρίου 2020/2021 (Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2021).

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, οι περισσότεροι καταναλωτές επιλέγουν να πραγματοποιούν τις αγορές τους από τα ηλεκτρονικά καταστήματα, τα οποία τους παρέχουν μεγαλύτερη ασφάλεια λόγω της πανδημίας. Βέβαια, υπάρχουν και κάποιοι ακόμα λόγοι που οι καταναλωτές δείχνουν την προτίμησή τους σε αυτά, έναντι των φυσικών καταστημάτων. Έτσι, σύμφωνα με το άρθρο της εταιρείας Vagary το 2020, άλλος ένας λόγος που οι καταναλωτές επιλέγουν τα e-shops είναι για την ευκολία που παρέχει στην χρήση. Δηλαδή, ότι σε οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας και σε οποιοδήποτε τόπο, ένας καταναλωτής μπορεί άμεσα να βρει και να αγοράσει αυτό που χρειάζεται (Vagary, 2020).

Επίσης, μέσω διαδικτύου με την απεριόριστη δυνατότητα εύρεσης πληροφοριών, κάθε καταναλωτής έχει και την δυνατότητα να βρει την πιο συμφέρουσα προσφορά για εκείνον στο προϊόν ή την υπηρεσία του αναζητάει. Ενώ, με την μεγάλη ποικιλία των προϊόντων που διαθέτουν τα αναρίθμητα e-shops, μπορεί κάποιος να βρει το κατάλληλο – επιθυμητό προϊόν για αυτόν ή για άλλους και να τα παραλάβει άμεσα στο σπίτι του και χωρίς ταλαιπωρία (Vagary, 2020).

Ένα ακόμα θετικό που παρέχουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα είναι πως αποφεύγονται οι διαπληκτισμοί μεταξύ των πελατών οι οποίοι μπορεί να ήθελαν το ίδιο προϊόν το οποίο να ήταν μόνο ένα κομμάτι. Τέλος, μέσω των e-shops οι εγγεγραμμένοι πελάτες μπορούν άμεσα να έχουν πρόσβαση στα αγαπημένα τους προϊόντα ή σε ειδικές προσφορές για αυτούς (Vagary, 2020).

Αντίθετα όμως, παρόλη την ευκολία που μπορεί να παρέχουν τα ηλεκτρονικά καταστήματα, αρκετοί είναι εκείνοι οι καταναλωτές που επιθυμούν να βλέπουν πριν αγοράσουν κάτι και οι οποίοι με την πρώτη ευκαιρία θα επισκεφτούν ένα φυσικό κατάστημα, εφόσον πιστεύουν ότι εξυπηρετούνται πιο γρήγορα. Συνήθως, αυτό το φαινόμενο παρατηρείται πιο έντονα στους ηλικιωμένους οι οποίοι έχουν μάθει να πραγματοποιούν με διαφορετικό τρόπο τις αγορές τους (το οποίο αναλύεται στην συνέχεια στο κεφ.3), εν αντιθέσει με τους ηλικιακά νεότερους. Έτσι συμπεραίνουμε πως ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των ηλεκτρονικών – φυσικών καταστημάτων, δεν έχει να κάνει τόσο με τις δυνατότητες, τις ευκαιρίες ή την ευκολία που παρέχουν, αλλά με την προτίμηση του κάθε καταναλωτή σε αυτά.

## **2.6 Σύνοψη κεφαλαίου**

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα ουσιαστικά προσφέρουν στον καταναλωτή εύκολη πρόσβαση στις αγορές. Με ένα “click” έχει στην πόρτα του αυτό που αναζητά. Όμως, τα φυσικά καταστήματα με αυτό τον τρόπο υποβαθμίζονται με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να αυξάνεται. Ωστόσο θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν και οι ηλικιωμένοι καταναλωτές που βρίσκονται αντιμέτωποι με μία νέα πραγματικότητα που καλούνται να προσαρμοστούν εκ νέου. Το διαδίκτυο αποτελεί σύγχρονο εργαλείο αγορών που για ηλικίες άνω των 65 ετών, ακόμα και η απλή χρήση ηλεκτρονικών συσκευών φαντάζουν σαν ένα βουνό.

## Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup> Ηλικιωμένοι και Ψηφιακές Αγορές

Στο τρίτο κατά σειρά κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στα άτομα της τρίτης ηλικίας σχετικά με τον τρόπο που αντιμετωπίζονταν από την κοινωνία παλαιότερα, αλλά και σήμερα. Εν συνεχεία, καταγράφεται αν, και κατά πόσο γνωρίζουν να χειρίζονται τα ψηφιακά μέσα και να πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές μέσω αυτών, πριν και μετά το ξέσπασμα την πανδημίας. Επίσης, παρατίθενται προτάσεις σχετικά με την εκμάθηση και την εξοικείωση των ηλικιωμένων με τις ηλεκτρονικές αγορές.

### 3.1 Εισαγωγή για τα άτομα τρίτης ηλικίας

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών (Ο.Η.Ε.) το 1982, ο όρος «Τρίτη Ηλικία» απευθυνόταν σε εκείνη τη μερίδα ανθρώπων, οι οποίοι ήταν από 60 χρονών και άνω. Ωστόσο, από εποχή σε εποχή και από κοινωνία σε κοινωνία, αυτό, μπορεί να διαφοροποιείται. Έτσι, τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει, σε διεθνές επίπεδο, το όριο των 65 και άνω, το οποίο χαρακτηρίζει την ηλικία συνταξιοδότησης. Στο μυαλό των περισσότερων ανθρώπων, όμως, τα άτομα της τρίτης ηλικίας είναι αυτά τα οποία διαθέτουν περιορισμένες δεξιότητες και αντοχές, και έχουν αυξημένες ανάγκες. Με την πάροδο του χρόνου και της σωματικής, ψυχικής φθοράς που επιδέχονται εξαιτίας αυτού, η πλειοψηφία των ηλικιωμένων χαρακτηρίζεται από περιορισμένη διάθεση συμμετοχής σε δραστηριότητες και τείνουν να αδρανοποιούνται. Έτσι, λόγω της ελλιπούς κινητικότητας αλλά και των μειωμένων αντοχών, που επιφέρει η ηλικία τους, αποτελούν μια ευδιάκριτη ευπαθή κοινωνική ομάδα (Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, όπως αναφέρετε στην Wikipedia, 2020).

Από την αρχαιότητα, οι ηλικιωμένοι – «γέροντες» θεωρούνταν, από τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνίας, πρόσωπα που ενέπνεαν σεβασμό μέσω της ευγένειας, της ευλάβειας, του τρόπου ζωής, αλλά και μέσω της σοφία τους, αφού αυτοί κατείχαν ποικίλες -εμπειρικές- γνώσεις. Χαρακτηριστικό της συμβολής των γερόντων στα κοινά είναι η παρουσία τους ως πολιτικό σώμα, επονομαζόμενο ως Γερουσία. Η Γερουσία ήταν μέρος της πολιτικής κοινωνίας στα αρχαία χρόνια και είχε στην ευθύνη της τα εσωτερικά θέματα του κράτους. Έπαιρνε αυτόβουλες αποφάσεις και ταυτόχρονα εκδίκασε τις ποινικές υποθέσεις και κατένειμε τις ανάλογες εκάστοτε ποινές. Η θέση της ήταν τόσο ισχυρή που μπορούσε να αντιταχθεί απέναντι στην Εκκλησία του Δήμου και τους Βασιλείς. Οι γέροντες, πέρα από τον ενεργό τους ρόλο στις

κοινωνικές και πολιτικές αποφάσεις κατείχαν μεγάλο συμβουλευτικό και καθοδηγητικό ρόλο προς τους νεότερους, ενώ δεν ήταν λίγες οι φορές που οι ηγεμόνες πριν τη λήψη σημαντικών αποφάσεων, όπως και οι πολεμιστές, ζητούσαν από τους γέροντες την καθοδήγησή τους. Επιπλέον, το πρότυπο οικογένειας, τότε, συμπεριελάμβανε ως βασικά μέλη της τους ηλικιωμένους, καθώς όλοι μαζί μοιράζονταν την ίδια στέγη.

Στην σημερινή εποχή, αντίθετα με τα παλαιότερα χρόνια που οι ηλικιωμένοι θεωρούνταν χρήσιμοι και απαραίτητοι στην κοινωνία, τα άτομα της τρίτης ηλικίας έχουν χάσει τον ενεργό τους ρόλο στα κοινά καθώς έχουν περιοριστεί οι αρμοδιότητές τους. Δεν αποτελούν πια τα άτομα που εμπνέουν τις υπόλοιπες κοινωνικές ομάδες και πολλές φορές περιθωριοποιούνται λόγω των αδυναμιών που έχει επιφέρει η ηλικία σε αυτούς. Οι προτεραιότητες και οι ανάγκες τους διαφέρουν από τον μέσο άνθρωπο και τον ρυθμό ζωής τους. Με το χάσμα να μεγαλώνει ανάμεσα σε εκείνους και τις υπόλοιπες κοινωνικές ομάδες, οι ηλικιωμένοι αποστασιοποιούνται από την ίδια την κοινωνία και σταδιακά απομονώνονται. Η απομόνωση αυτή, με τον καιρό, έχει επεκταθεί και στο θεσμό της οικογένειας καθώς πια οι παππούδες δεν συζούν με τα υπόλοιπα μέλη και βιώνουν τον παραγκωνισμό από κάθε πλευρά.

Παρόλα αυτά, η θετική πλευρά των νεότερων ετών είναι πως καθώς η κοινωνία προχωρά και διαμορφώνεται στηριζόμενη σε νέα δεδομένα, η ιατρική εξελίσσεται ραγδαία. Με τη μελέτη της γερντολογίας και της γηριατρικής, η ποιότητα ζωής των ηλικιωμένων έχει βελτιωθεί αισθητά. Γεγονός είναι πως το προσδόκιμο ζωής έχει ανέβει και κυμαίνεται στην Ελλάδα στα 82 έτη.

### **3.2 Ηλικιωμένοι και ψηφιακές δεξιότητες**

Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, χαρακτηριστικά, οι ηλικιωμένοι διακρίνονται από χαμηλές δεξιότητες, αλλά και από αυξημένες ατομικές ανάγκες. Αιτία για τις παραπάνω, μπορεί να αποτελεί είτε η σωματική – ψυχική φθορά που επέρχεται με το χρόνο, εξαιτίας της ηλικίας τους, είτε η μειωμένη όρεξη για ζωή και δραστηριοποίηση που μπορεί να έχουν. Επίσης, δεν είναι λίγες οι φορές, που πρωταρχικό ρόλο για τις περιορισμένες ικανότητές τους αποτελεί το κατά περίπτωση χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσής τους. Παράλληλα, καθώς οι άνθρωποι μεγαλώνουν και γερνάνε, αρχίζουν να μειώνονται τα επίπεδα αντανεκλαστικών τους, της όρασης, της ακοής και της μνήμης τους. Η διαφορά που έχει επιφέρει ο χρόνος στις παραπάνω



λειτουργίες, συμβάλλει κι έχει σημαντικό αντίκτυπο στην ενεργό ζωή των ηλικιωμένων ανθρώπων. Επομένως, ως φυσικό επακόλουθο όλων αυτών των δεδομένων είναι τα άτομα της τρίτης ηλικίας να διακατέχονται και από χαμηλά ή ακόμα και μηδενικά, επίπεδα ψηφιακών γνώσεων, δεξιοτήτων.

Αρχικά, πολλοί ηλικιωμένοι λόγω του χαμηλού μορφωτικού τους επιπέδου, που δεν τους επιτρέπει να γνωρίζουν πολλά για την τεχνολογία, δημιουργούν αυτόματα στο μυαλό τους την αίσθηση ότι η χρήση της θα είναι ένα δύσκολο ή ακόμα ακατόρθωτο εγχείρημα. Επίσης, πολλοί από αυτούς, κυρίως όσοι μένουν σε χωριά ή μικρές κοινωνίες, και οι οποίοι έχουν μάθει να ζουν με έναν συγκεκριμένο, πιο απλό τρόπο ζωής, δεν θεωρούν πως η τεχνολογία μπορεί να ενταχθεί στην καθημερινότητά τους. Η πεποίθησή τους αυτή, τους κάνει να αποφεύγουν κάθε επαφή με οτιδήποτε καινούριο ή περίπλοκο και επομένως ηλεκτρονικό.

Από την άλλη πλευρά, υπάρχουν αρκετοί άνθρωποι, μεγάλης ηλικίας, οι οποίοι έχουν στην κατοχή τους, τουλάχιστον, ένα κινητό τηλέφωνο, ενώ υπάρχουν και εκείνοι που ασχολούνται πιο πολύ, και διαθέτουν υπολογιστή, laptop ή ένα tablet, με τα οποία μπορούν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και γιατί όχι το ηλεκτρονικό εμπόριο. Άλλωστε, με τα στοιχεία της Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδας, οι 9/10 ηλικιωμένοι άνω των 60 χρησιμοποιούν smartphones, ενώ 3/10 χρησιμοποιούν αρκετά καλά και το διαδίκτυο (ΕΕΚΕ, όπως αναφέρεται στην εφημερίδα Τα Νέα, 23/6/2020). Μάλιστα, σύμφωνα με μία έρευνα του 2000 διαπιστώθηκε ότι τα κύρια θέματα ενδιαφέροντος για τους ηλικιωμένους στο διαδίκτυο είναι οι ειδήσεις, τα ταξίδια, ο καιρός και οι πληροφορίες για την υγεία. Επιπλέον, με βάση την έρευνα της Eurostat, που διεξήχθη το 2015, η Ελλάδα διατηρούσε το 14% του πληθυσμού των ηλικιωμένων χρηστών από 65 έως 74, οι οποίοι χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο, ενώ το 30% αυτών, είχε και κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης. Βέβαια, αξίζει να σημειωθεί, ότι είναι πιθανό, λόγω της πανδημίας, με τον υποχρεωτικό εγκλεισμό των ανθρώπων στα σπίτια τους, το ποσοστό αυτό να έχει αυξηθεί σημαντικά.

Επιπρόσθετα, παρατηρείται πως ορισμένες φυσιολογικές και διανοητικές λειτουργίες, με την πάροδο του χρόνου εξασθενούν. Η φθίνουσα πορεία των λειτουργιών αυτών, συχνά, αποτελεί εμπόδιο στην αλληλεπίδραση των ηλικιωμένων με τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Ως εκ τούτου, δεν είναι λίγα τα άτομα που ενώ έχουν γνώσεις ηλεκτρονικών συσκευών με πρόσβαση στο διαδίκτυο, με τα χρόνια, εξαιτίας της φθοράς των προαναφερθέντων λειτουργιών, παύουν να μπορούν να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις των μηχανημάτων και των διαφόρων λογισμικών (Noemi Bitterman & Ilana Shalev, 2018). Επομένως, καλό είναι τόσο οι σχεδιαστές

ηλεκτρονικών προϊόντων όσο και εκείνοι των ψηφιακών ιστοσελίδων να γνωρίζουν αυτές τις αλλαγές των δυνατοτήτων στους ηλικιωμένους και να προσαρμόζουν τους υπολογιστές και το διαδίκτυο πιο κοντά στους τελευταίους και στις ικανότητές τους. Η τροποποίηση αυτή, με στόχο την εξοικείωση μπορεί επίσης να αυξήσει τη φιλικότητα προς τον χρήστη για τον γενικότερο πληθυσμό.

Ένα από τα σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η συγκεκριμένη ηλικιακή κατηγορία με την οποία ασχολούμαστε, είναι η εξασθένηση της όρασης, κάτι το οποίο συνήθως ξεκινάει να εμφανίζεται από τα 40 έως τα 60 έτη, ενώ στην πορεία με την πάροδο του χρόνου μεγαλώνει. Αρκετοί άνθρωποι, πόσο μάλλον οι ηλικιωμένοι, χρησιμοποιούν γυαλιά ανάγνωσης ή διπλοεστιακά, ώστε να μπορούν να διαβάσουν ή να εστιάσουν σε κάτι (Charness, 2001, όπως αναφέρεται στο Noemi Bitterman & Pana Shalev, 2018). Βέβαια, υπάρχουν και περιπτώσεις που τα γυαλιά δεν μπορούν να βοηθήσουν αρκετά και κουράζουν τα μάτια. Μερικές από αυτές τις περιπτώσεις που αφορούν την όραση, επιδεινώνονται στις διάφορες οθόνες. Λόγω της αυξημένης ευαισθησίας που παρουσιάζουν τα μάτια στις αντανακλάσεις, δυσκολεύεται η θέαση με τη διαδοχή των εικόνων, τις εναλλαγές των χρωμάτων, την στένωση του οπτικού πεδίου και τη μειωμένη ικανότητα διάκρισης αντικειμένων σε χαμηλά επίπεδα φωτεινότητας. Επειδή η επιδείνωση της στατικής και δυναμικής οπτικής οξύτητας αποτελεί μέρος της φυσιολογικής γήρανσης, οι οπτικές δυσκολίες στη χρήση του διαδικτύου μέσω των οθονών, είναι, επομένως, καθολικές και δεν σχετίζονται με την καθ' αυτή εμπειρία του χρήστη (Noemi Bitterman & Pana Shalev, 2018). Τα παραπάνω, αποτελούν ρεαλιστικά εμπόδια κατά την ευχάριστη αξιοποίηση των λειτουργιών του διαδικτύου και είναι ανεξάρτητα από την προδιάθεση αποτυχίας εξοικείωσης και τις προκαταλήψεις απέναντι στην εξελισσόμενη τεχνολογία. Η περιήγηση στο διαδίκτυο, ειδικά μέχρι το στάδιο όπου οι άνθρωποι της τρίτης ηλικίας θα κατακτήσουν την χρήση των εργαλείων του, προϋποθέτει συγκέντρωση και αφιέρωση σημαντικού χρόνου. Έτσι, οι αλλεπάλληλες εικόνες και οι τακτικές προσαρμογές των ματιών στην οθόνη για μεγάλο χρονικό διάστημα, εξαντλούν τη σταθερότητα της όρασης και οδηγούν γρήγορα στην εξασθένηση των οπτικών ικανοτήτων. Τα μάτια κουράζονται και η εμπειρία του διαδικτύου αποτυπώνεται ως δυσάρεστη.

Ακόμα, ένα σύνηθες φαινόμενο, καθώς περνά η ηλικία των ανθρώπων, είναι η σταδιακή ελάττωση της ακοής, δηλαδή η βαρηκοΐα ή η ολική απώλεια της ακοής (κώφωση). Η ακοή συμβάλει αισθητά κατά την διάρκεια της διαδικασίας εκμάθησης και σταδιακής απόκτησης των ψηφιακών δεξιοτήτων. Συνεπώς, η εξασθένηση ή πλήρη απώλειά της, μπορεί να επηρεάσει την αντιληπτική ικανότητα του ατόμου και να το αποτρέψει από την χρήση οποιουδήποτε

ηλεκτρονικού μέσου. Σαν κύριες διαταραχές, η γήρανση επιφέρει τη μείωση της ακοής σε υψηλές συχνότητες, την αποτυχία διάκρισης πολύπλοκων ήχων και την αργή, διστακτική ή ασυνάρτητη ομιλία του ηλικιωμένου ατόμου. Αξίζει να σημειωθεί, πως η απώλεια της ακοής μπορεί να προκαλέσει και άλλα λειτουργικά προβλήματα στους ανθρώπους. Η έλλειψή της επηρεάζει το πεδίο της μνήμης, το οποίο κατά συνέπεια οδηγεί σε πολλές περιπτώσεις στις νόσους της άνοιας και του Αλτσχάϊμερ.

Είναι γεγονός, πως η γήρανση αντικατοπτρίζεται σε μια γενική επιβράδυνση των δράσεων και στην αύξηση του χρόνου που απαιτείται για την ολοκλήρωση μιας εργασίας. Η μείωση της απόδοσης των εργασιών εξαρτάται από το πόσο έχει πληγεί η ικανότητα συγκέντρωσης και προσοχής, η βραχυπρόθεσμη μνήμη, η ταχύτητα επεξεργασίας πληροφοριών και η διαδικασία κωδικοποίησής τους (Czaja, 1997, όπως αναφέρεται στο Noemi Bitterman & Ilana Shalev, 2018). Πιο συγκεκριμένα, σε ότι αφορά τα παραπάνω, η επιδείνωση των διαδικασιών της μνήμης, η ελλειπτική προσοχή και η δυσκολία στην άμεση κωδικοποίηση, μπορεί να προκαλέσουν δυσκολίες στην υπενθύμιση και την εφαρμογή ακουστικών οδηγιών. Για αυτό το λόγο, η μνήμη είναι από τις βασικές ικανότητες που χρειάζεται να έχει κάποιος ο οποίος προσπαθεί να κατακτήσει μια νέα δεξιότητα και ειδικότερα, αν ασχολείται με τις απεριόριστες δυνατότητες του διαδικτύου.

Τέλος, ένα ακόμα χαρακτηριστικό αυτής της ηλικιακής κατηγορίας που δυσχεραίνει τη διαδικασία απόκτησης ψηφιακών δεξιοτήτων, είναι τα αντανακλαστικά, τα οποία βοηθούν στην αντίδραση του ατόμου απέναντι σε ένα ξαφνικό ερέθισμα του περιβάλλοντος. Καθώς τα αντανακλαστικά μειώνονται, με το πέρας της ηλικίας, ελαττώνεται ανάλογα και η ευκολία διαχείρισης των ψηφιακών συσκευών.

Εν κατακλείδι, με βάση όσα αναφέρθηκαν, οι ηλικιωμένοι λόγω των μειωμένων σωματικών και διανοητικών δεξιοτήτων τους, όπως είναι η όραση, η ακοή, η μνήμη και τα αντανακλαστικά, αντιμετωπίζουν πολλές δυσκολίες στην προσαρμογή τους με τα ηλεκτρονικά μέσα. Πολλές φορές, η προσπάθεια των ηλικιωμένων να πλησιάσουν τον κόσμο του διαδικτύου και του ψηφιακού εμπορίου, δεν εξυπηρετεί τις προσδοκίες τους, αλλά αντίθετα τους επισημαίνει τα σημάδια του χρόνου.

### 3.3 Ηλικιωμένοι και ηλεκτρονικές αγορές

Οι ηλεκτρονικές αγορές έχουν ενταχθεί σημαντικά στην καθημερινότητα των ανθρώπων, ιδιαίτερα σε αυτή την χρονική περίοδο του υποχρεωτικού εγκλεισμού που επέφερε η πανδημία. Βέβαια, τα ηλικιωμένα άτομα, τα οποία συνήθως διαθέτουν χαμηλές ή μηδενικές ψηφιακές δεξιότητες, ίσως να δυσκολεύονται να ανταπεξέλθουν στις νέες συνθήκες, πόσο μάλλον στην ολοκλήρωση μίας ηλεκτρονικής αγοράς.

Αυτές οι δυσκολίες στη προσαρμογή τους με τις ηλεκτρονικές αγορές είναι αποτέλεσμα των χαμηλών γνώσεων και εμπειριών που διαθέτουν με το διαδίκτυο, γι' αυτό και τις αποφεύγουν. Όπως φαίνεται και σε μελέτη της Ένωση Εργαζομένων Καταναλωτών Ελλάδος (ΕΕΚΕ, όπως αναφέρεται στην εφημερίδα Τα Νέα, 23/6/2020), μόνο 3 στους 10 ηλικιωμένους μπορούν να χειριστούν αρκετά καλά το Internet, ενώ οι 2 στους 10 δυσκολεύονται με τη χρήση οποιασδήποτε ηλεκτρονικής συσκευής. Έτσι και οι ηλεκτρονικές αγορές που πραγματοποιούνται από τους ηλικιωμένους, βρίσκονται σε πολύ χαμηλά ποσοστά, καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό 73,5% εξ αυτών, δεν ξέρει ποιες είναι οι υποχρεώσεις και τα δικαιώματα κάποιου ο οποίος θέλει να πραγματοποιήσει μία συναλλαγή στο διαδίκτυο. Επιπλέον, 9 στους 10 ηλικιωμένους, δεν εμπιστεύονται τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, για θέματα ασφάλειας των προσωπικών τους δεδομένων. Επίσης, οι ίδιοι έχουν συνηθίσει να αγγίζουν και να επεξεργάζονται το προϊόν, που πρόκειται να αγοράσουν, από κοντά, ώστε να αξιολογούν την ποιότητα και την κατασκευή του και στη συνέχεια να επιλέγουν αν θα ολοκληρώσουν την εκάστοτε συναλλαγή. Ακόμα μία παράμετρος που δυσχεραίνει την ολοκλήρωση μιας διαδικτυακής αγοράς είναι η αδυναμία ηλεκτρονικής πληρωμής από τα άτομα της τρίτης ηλικιακής ομάδας. Είναι γεγονός πως, η οικονομία, πια, προωθεί τις ηλεκτρονικές συναλλαγές, επιβάλλοντας σε κάποιες περιπτώσεις μοναδική μέθοδο την πληρωμή μέσω αντίστοιχης τραπεζικής κάρτας, αποκλείοντας με αυτόν τον τρόπο, την επιλογή της αντικαταβολής του αντιτίμου. Παρά το γεγονός πως διαθέτουν πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες, η διαδικασία της πληρωμής μπορεί να είναι μια περίπλοκη και αγχωτική διαδικασία για ένα μη εξοικειωμένο άτομο. Ωστόσο, πολλοί ηλικιωμένοι δεν έχουν ενδιαφερθεί να ενημερωθούν ή και να ενεργοποιήσουν την υπηρεσία ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών (e-banking).

Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια (πιο συγκεκριμένα από το 2014) παρατηρείται μία αύξηση στη χρήση του διαδικτύου από τα άτομα της τρίτης ηλικίας, καθώς ολοένα και περισσότεροι ηλικιωμένοι δείχνουν την πρόθεση να μάθουν να χρησιμοποιούν το ίντερνετ για προσωπική τους διευκόλυνση σε θέματα οικονομικών συναλλαγών, ηλεκτρονικών αγορών, επικοινωνίας

με τα αγαπημένα τους πρόσωπα, αλλά και για την ευχάριστη απασχόλησή τους και ψυχαγωγία. Η μεγαλύτερη αύξηση, σύμφωνα με την έρευνα της Καθημερινής (το 2015), ήταν στα άτομα ηλικίας 55-64 ετών, με ποσοστό χρήσης από 29,7% σε 37%, ενώ εξίσου σημαντικό ποσοστό είχαν και τα άτομα ηλικίας 65-74 ετών, από 9,5% σε 13,8%. Ωστόσο, τα ποσοστά αυτά, το τελευταίο διάστημα εν μέσω της πανδημίας, έχουν αυξηθεί σημαντικά, καθώς παρατηρείται αύξηση 8% στα άτομα της πρώτης ηλικιακής κατηγορίας, ενώ η τελευταία κατηγορία σημείωσε αύξηση 10% από την προηγούμενη χρονιά (Focus Bari, όπως αναφέρεται από Κόντη Δέσποινα στην Καθημερινή, 2021). Τέλος, πρέπει να αναφερθεί ότι καθώς ο καιρός περνάει και το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί τον πιο ασφαλή ή μόνο τρόπο πραγματοποίησης αγορών, τα ποσοστά αυτά ενδέχεται να συνεχίσουν την ανοδική τους πορεία, τουλάχιστον μέχρι το τέλος της πανδημίας.

Ακόμα ένας τρόπος που έχει συμβάλει στην υιοθέτηση των ηλεκτρονικών αγορών από ηλικιωμένους, είναι η παρότρυνση που δέχονται αυτά τα άτομα από τις οικογένειές τους, όπως και η βοήθεια και καθοδήγηση κατά την υλοποίηση μιας τέτοιας αγοράς. Το αποτέλεσμα που προκύπτει, είναι πως μέσω της προσωπικής χρήσης τους διαδικτύου, γίνεται καλύτερα αντιληπτή η διαδικασία της αγοράς από το ενδιαφερόμενο άτομο. Έπειτα, ο χρήστης, κάθε φορά που θα χρειαστεί να επαναλάβει την διαδικασία, θα μπορεί να ανακαλέσει ευκολότερα τα βήματα που θα πρέπει να ακολουθήσει. Έτσι και με τον καιρό, συνολικά η διαδικασία της αγοράς, από την αναζήτηση και επιλογή του προϊόντος έως και την ολοκλήρωσή της με την ηλεκτρονική πληρωμή, θα γίνει μια διαχειρίσιμη διαδικασία από το ηλικιωμένο άτομο, την οποία θα μπορεί να επαναλαμβάνει μόνο του, χωρίς κάποια βοήθεια από τρίτο.

Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί αρκετά σεμινάρια εκμάθησης υπολογιστών με έμφαση στο διαδίκτυο για μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες, τις οποίες παροτρύνουν να το χρησιμοποιούν για την διευκόλυνση της καθημερινότητας και των αναγκών τους. Πολλά παρόμοια μαθήματα έχουν πραγματοποιηθεί και εν μέσω πανδημίας είτε για την ενίσχυση των γνώσεών τους, είτε για την καθοδήγησή τους στον τρόπο με τον οποίο μπορούν να υλοποιήσουν μία ηλεκτρονική αγορά. Επίσης, υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις, όπως τράπεζες και καταστήματα online, τα οποία παρέχουν στους καταναλωτές τους οδηγίες για τη χρήση της ιστοσελίδας τους και των παροχών τους. Κάποια από αυτά δημιουργήθηκαν μέσα στην πανδημία ή προστέθηκαν πληροφορίες και για τους ηλικιωμένους χρήστες, οι οποίοι χρειάστηκε να τα μάθουν για την διευκόλυνσή τους κατά την διάρκεια του covid-19.

Αναμφισβήτητα, οι ηλικιωμένοι αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού με το μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα, καθώς και αγοραστική δύναμη, σε σύγκριση με τα άλλα τμήματα του πληθυσμού. Πιο συγκεκριμένα, διαθέτουν περίπου το διπλάσιο, από το αντίστοιχο διαθέσιμο εισόδημα των παιδιών τους (Polyak 2000, όπως αναφέρεται στο Iyer & Eastman, 2006). Σύμφωνα με αυτό, οι ηλικιωμένοι θα μπορούσαν να αποτελούν ίσως την πιο ‘κερδοφόρα’ μερίδα των καταναλωτών για τους εμπόρους του διαδικτύου (Trocchia & Janda 2000, όπως αναφέρεται στο Iyer & Eastman, 2006), ώστε να επιτύχουν το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος για τις επιχειρήσεις τους. Για να επιτευχθεί αυτός ο στόχος όμως, οι συγκεκριμένοι επιχειρηματίες χρειάζεται πρώτα απ’ όλα να γνωρίζουν τις ανάγκες και τις προτιμήσεις των καταναλωτών στους οποίους απευθύνονται και έπειτα να προβούν σε κάποιες σχεδιαστικές αλλαγές στις ιστοσελίδες τους ή ακόμα και στον τρόπο που προωθούν τα προϊόντα τους.

Οι προτιμήσεις των ηλικιωμένων καταναλωτών φαίνεται να κυμαίνονται σε προϊόντα πρώτης ανάγκης και ψυχαγωγίας. Μερικά από τα προϊόντα πρώτης ανάγκης είναι τα τρόφιμα, τα είδη προσωπικής υγιεινής και το υγειονομικό υλικό (π.χ. επίδεσμοι, αντισηπτικά, παυσίπονα κτλ.). Επιπλέον, για την ευχάριστη ενασχόλησή τους δείχνουν να προτιμούν τα βιβλία γνώσεων, μαγειρικής, μυθιστορήματα κτλ. Συνεπώς, γνωρίζοντας όλα τα πιθανά ενδιαφέροντα των ηλικιωμένων, οι ιδιοκτήτες και οι σχεδιαστές ιστοσελίδων μπορούν πιο εύκολα να προσεγγίσουν τους ηλικιωμένους και με αυτόν τον τρόπο να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.

### **3.3.1 Ηλικιωμένοι και ηλεκτρονικές αγορές προ και εν μέσω covid-19**

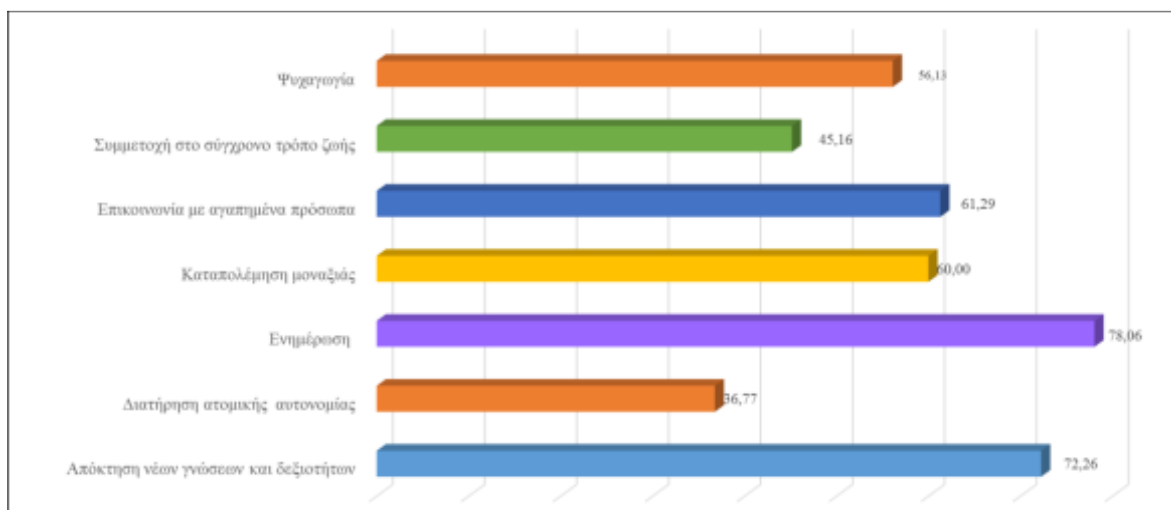
Σύμφωνα με έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής το 2020, οι ηλεκτρονικές αγορές που πραγματοποιήθηκαν στην χώρα από το πρώτο τρίμηνο του 2019 έως το πρώτο τρίμηνο του 2020, είχαν αυξηθεί κατά 6,3% (ΕΛΣΤΑΤ, 2020). Το αποτέλεσμα που προκύπτει, είναι πως ακόμα και πριν την καραντίνα οι ηλεκτρονικές αγορές είχαν μπει δυναμικά στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Βέβαια, την περίοδο από τον Μάρτιο του 2020 έως σήμερα, με τον υποχρεωτικό εγκλεισμό λόγω του Covid-19, οι ηλεκτρονικές αγορές ξεπέρασαν κάθε προσδοκία. Οι αγορές μέσω διαδικτύου υπερδιπλασιάστηκαν και το ποσοστό της αύξησης άγγιξε το 171% (Φραϊδάκη Κατερίνα, όπως αναφέρεται από τη Naftemporiki 2021). Αυτή η ραγδαία αλλαγή στον τρόπο πραγματοποίησης των αγορών, φαίνεται πως επηρέασε ακόμα πιο έντονα τους ηλικιωμένους, οι οποίοι με τις πολυάριθμες ανάγκες τους χρειάστηκαν περισσότερα πράγματα και άμεσα.

Αρχικά, μελετώντας την έρευνα του Οργανισμού Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης το 2019, διαπιστώνεται ότι μόνο το 20% του πληθυσμού των ηλικιωμένων από 75 ετών και άνω χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο (έστω σπάνια), ενώ το 46% αυτών (από 75 ετών και άνω) πραγματοποίησε κάποια ηλεκτρονική αγορά (Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, 2020). Στην Ελλάδα, η ηλικιακή κατηγορία 55 έως 64 ετών, σημείωσε αύξηση του ποσοστού χρήσης του διαδικτύου 8% λόγω Covid-19. Πιο συγκεκριμένα, το δεύτερο εξάμηνο του 2019 είχε ποσοστό 81%, ενώ το αντίστοιχο διάστημα του 2020 έφτασε το 88%. Επιπλέον, μεγάλη αύξηση παρουσίασε και η ηλικιακή κατηγορία 65 έως 74 ετών, η οποία το αντίστοιχο διάστημα (δεύτερο εξάμηνο 2019-2020) έφτασε στο 66% από 60% (Focus Bari, όπως αναφέρεται από Κόντη Δέσποινα στην Καθημερινή, 2021).

Επομένως, ο κύριος λόγος αυτής της σημαντικής αύξησης της χρήσης του διαδικτύου από τους ηλικιωμένους, ήταν πως λόγω της πανδημίας χρειάστηκε να απευθυνθούν σε αυτό για όσες αγορές ήθελαν να πραγματοποιήσουν με μεγαλύτερη ασφάλεια, αλλά και μεγαλύτερη ευκολία.

### 3.4 Προτάσεις αντιμετώπισης της έλλειψης ψηφιακών δεξιοτήτων των ηλικιωμένων

Σύμφωνα με μια πρόσφατη έρευνα από τον Διογένη Αλεξανδράκη το 2017, με δείγμα 155 άτομα ηλικιακής ομάδας από 60 έως 74άρων ετών, προκύπτουν ενθαρρυντικά δεδομένα ως προς τη χρήση υπολογιστών και διαδικτύου (41,83%) από τα άτομα της τρίτης ηλικίας.



Πίνακας 16: Κατηγορίες Χρήσης Ηλεκτρονικού Εμπορίου από Ηλικιωμένους (σε ποσοστά επί τις εκατό %), (Πηγή: Αλεξανδράκης, 2017).

Από το παραπάνω ποσοστό και σύμφωνα με το διάγραμμα της έρευνας, (βλ. Πίνακα 16), οι ηλικιωμένοι επιλέγουν τη χρήση διαδικτύου για ενημέρωση (78,06%), απόκτηση νέων γνώσεων και δεξιοτήτων (72,26%), για επικοινωνία με αγαπημένα πρόσωπα (61,29%), με σκοπό να καταπολεμήσουν τη μοναξιά (60,00%), για ψυχαγωγία (56,13%), για παρακολούθηση του σύγχρονου τρόπου ζωής (45,16%) και τέλος, ώστε να διατηρήσουν την ατομική τους αυτονομία (36,77%).



Πίνακας 17: Τα Θετικά Στοιχεία του Ηλεκτρονικού Εμπορίου για τους Ηλικιωμένους, (Πηγή: Αλεξανδράκης, 2017).

Ακόμα πιο σημαντικό είναι το ποσοστό που προκύπτει στην ερώτηση αν (τα άτομα τρίτης ηλικίας) έχουν την πρόθεση να συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα με στόχο την χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή και την εξοικειώσή τους με το διαδίκτυο. Εκεί, οι ερωτηθέντες απάντησαν κατά πλειοψηφία με 57,14% πως θα τους ενδιέφερε η παρακολούθηση τέτοιων αντίστοιχων προγραμμάτων καθώς η συμμετοχή τους εκλαμβάνεται ως μια ευκαιρία για εκπαίδευση την οποία τα ενήλικα άτομα δεν είχαν όταν ήταν νεότερα (90,48%). Επιπλέον, το ποσοστό 90,36% απάντησε πως η απόκτηση ψηφιακών δεξιοτήτων θα τους βοηθήσει να συμβαδίσουν με τις εξελίξεις της εποχής και ταυτόχρονα αποτελεί μια πρόκληση για εκείνους (89,02). Συνεχίζοντας, 88,89% εκ των ερωτηθέντων πιστεύει πως η ενασχόληση με αυτά τα προγράμματα εκπαίδευσης θα τους βοηθήσει να κρατήσουν το μυαλό τους σε εγρήγορση. Ενδιαφέρον παρουσιάζει και η απάντηση που έδωσε το ποσοστό των 83,13%, οι οποίοι βλέπουν την ενασχόληση με το διαδίκτυο ως μια μορφή ψυχαγωγίας, ενώ δεν είναι λίγοι εκείνοι που πιστεύουν ότι θα τους βοηθήσει να ξεκινήσουν νέες κοινωνικές επαφές (67,90%), (βλ. Πίνακα 17).

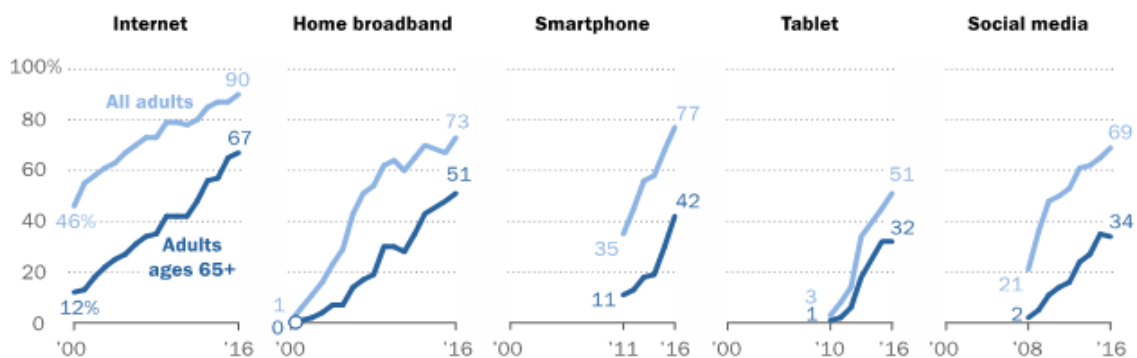
Οι ηλικιωμένοι βομβαρδιζόμενοι καθημερινά από όλα τα μέσα για τις ραγδαίες εξελίξεις της τεχνολογίας και για τις ευκολίες που αυτή πια μπορεί να τους προσφέρει, αρχίζουν και



συμφιλιώνονται με την ιδέα ότι οι ίδιοι θα χρησιμοποιούν κάποια ηλεκτρονική συσκευή και θα μπορούν αυτόνομα να εισέρχονται στο διαδικτυακό ιστό. Πειστήριο σε αυτές τις παρατηρήσεις αποτελούν τα αποτελέσματα της έρευνας του Pew Research Center στην Αμερική, που δημοσιεύθηκαν το 2017, (βλ. Πίνακα 18). Πιο συγκεκριμένα, μέχρι το έτος 2013 το ποσοστό 18% του δείγματος, που αποτελούνταν από ενήλικες ηλικίας 65 ετών και άνω, είχαν στην κατοχή τους smartphone, ενώ το 2016, το αντίστοιχο ποσοστό μεταβλήθηκε στο 42%. Επιπρόσθετα, το 67% των ατόμων τρίτης ηλικίας συνδέονται στο διαδίκτυο, σε σύγκριση με το 2000, όπου και το ποσοστό έφτανε μόνο το 12%.

### Smartphone adoption among seniors has nearly quadrupled in the last five years

% of U.S. adults who say they have or use the following



Source: Survey conducted Sept. 29-Nov. 6, 2016. Trend data are from previous Pew Research Center surveys. "Tech Adoption Climbs Among Older Adults"

PEW RESEARCH CENTER

Πίνακας 18: Η Υιοθέτηση Smartphone Μεταξύ των Ηλικιωμένων έχει Σχεδόν τετραπλασιαστεί τα Τελευταία Πέντε Χρόνια (% των ενηλίκων των ΗΠΑ που δηλώνουν ότι έχουν ή χρησιμοποιούν τα παραπάνω), (Πηγή: Survey conducted Sept. 29-Nov. 6, 2016). Τα Δεδομένα τάσης είναι από το Pew Research Center surveys.

Ξεκινώντας με δεδομένο ότι οι ηλικιωμένοι έχουν τη διάθεση να ασχοληθούν με το διαδίκτυο και να αναπτύξουν τις ψηφιακές τους δεξιότητες, φτάνει κανείς αντιμέτωπος με τις ρεαλιστικές βιολογικές δυσκολίες, τις οποίες το άτομο της τρίτης ηλικίας καλείται να ξεπεράσει. Ένας ηλικιωμένος πιθανά, λόγω της φθοράς που επιφέρει ο χρόνος, αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα υγείας που δυσκολεύουν την καθημερινότητά του, τον περιορίζουν σωματικά και τον καταβάλουν ψυχικά. Τα ευερέθιστα μάτια σε συνδυασμό με την κακή όραση, οι ταλαιπωρημένες αρθρώσεις, η έλλειψη ακοής και καλής μνήμης αποτελούν μερικά από τα εμπόδια που, συνδυαστικά με τη διαδικασία εκμάθησης, αποτρέπουν τα άτομα μεγάλης ηλικίας από την ενασχόλησή τους με το διαδίκτυο. Όσο αναφορά το τελευταίο, οι ηλικιωμένοι, πέρα από τις δυσκολίες του σώματός τους, δύναται να αντιμετωπίσουν, παράλληλα και τους ψυχολογικούς τους ενδοιασμούς. Σε πολλές περιπτώσεις, η άγνοια των ατόμων ως προς τις

ψηφιακές πλατφόρμες και τον χειρισμό τους, όπως η περιήγηση, οι ηλεκτρονικές πληρωμές κτλ. οδηγεί στην ανησυχία. Η αναστάτωσή τους προέρχεται από τον φόβο μήπως διαρρεύσουν τα προσωπικά τους στοιχεία, πχ. ονοματεπώνυμο, διεύθυνση, αριθμός τηλεφώνου και πιστωτικής κάρτας, ενώ ταυτόχρονα δεν δείχνουν εμπιστοσύνη στις, τυχόν, ηλεκτρονικές τους συναλλαγές λόγω της υποψίας απάτης, που μπορεί να τους διακατέχει. Τα παραπάνω δεδομένα έχουν ως αποτέλεσμα, τα άτομα αυτά να χαρακτηρίζονται από ελάχιστες ή μηδαμινές ψηφιακές δεξιότητες. Ωστόσο, δεν είναι λίγα, εκείνα τα ηλικιωμένα άτομα τα οποία επιθυμούν να γνωρίσουν τον ψηφιακό κόσμο αλλά και να ενταχθούν στο διαδικτυακό περιβάλλον, (Διογένης Αλεξανδράκης, 2017).

Ο διαδικτυακός χώρος, επομένως, χρειάζεται να προσπεράσει όσα κρατούν τους ηλικιωμένους αποστασιοποιημένους και τους απομακρύνουν από μια εύκολη και διαδραστική περιήγηση. Υπάρχουν βαθμίδες δυσκολίας όσο αναφορά την προσαρμογή. Κάποιες εύκολες και γρήγορες τροποποιήσεις από τους σχεδιαστές ιστοσελίδων, μπορεί να είναι η επιλογή ενός πιο ευδιάκριτου και κατανοητού στυλ γραμματοσειράς, τόσο ως προς το σχήμα της όσο και ως προς το μέγεθός της. Η γραμματοσειρά, ως το σημαντικότερο στοιχείο, προτείνεται να είναι 12 σημείων και να διατηρεί την απλότητα των μορφών των γραμμάτων όπως και των αριθμών και των συμβόλων αντίστοιχα και να έχουν το κατάλληλο πάχος για μια εύκολη ανάγνωση. Γενικά, ένα μεγάλο μέρος της πληροφορίας στο διαδίκτυο έρχεται από τους τίτλους και τις λεζάντες στις διάφορες ηλεκτρονικές σελίδες, όπως και από τα κείμενα που παραθέτονται από κάτω. Είναι σημαντικό να υπάρχει η σωστή ευθυγράμμιση του κειμένου, οι κατάλληλες αποστάσεις μεταξύ των λέξεων αλλά και οι αντίστοιχες εσοχές για τη σήμανση παραγράφων, ώστε να δημιουργείται ένα ευανάγνωστο κείμενο. Οι χρωματικοί συνδυασμοί είναι απαραίτητο να βοηθούν στην καλύτερη ανάγνωση, κρατώντας σε ήπιους τόνους την εικόνα της οθόνης, βοηθώντας στην ξεκούραστη ανάγνωση και σηματοδοτώντας χαρακτηριστικά τα σημαντικά σημεία, δίνοντας έμφαση σε χρήσιμα εργαλεία ή πληροφορίες. Για αυτές τις περιπτώσεις, προτιμώνται οι κατάλληλες αντιθέσεις, καθώς ο τρόπος που κωδικοποιούνται τα στοιχεία στην οθόνη παίζει τον μεγαλύτερο ρόλο στην καλύτερη ανάγνωση του ιστοτόπου. Έτσι, για την καλύτερη κατανόηση του διαδικτυακού περιβάλλοντος δεν συνιστάται η επιλογή παρόμοιων χρωματικών επιλογών. Ο νέος σχεδιασμός των ιστοσελίδων που πλέον θα συμερίζεται τις ανάγκες των ατόμων της τρίτης ηλικίας, θα μπορούσε να ομαδοποιεί τις πληροφορίες και να τις αναπαράγει επιλέγοντας και σημειώνοντας τα σημαντικά σημεία. Έτσι, θα κατευθύνονται ευκολότερα σε αυτό που πραγματικά τους ενδιαφέρει και θα αντιλαμβάνονται τις ευκολίες που τους προσφέρει η διαδικτυακή περιήγηση. Επιπλέον, θα ήταν έξυπνο και πιθανά εύχρηστο, οι

ηλικιωμένοι, να μπορούν να ρυθμίσουν το ρυθμό που περνούν μπροστά τους διαφημίσεις και εικόνες. Με αυτή την αλλαγή δεν θα κατακλύζονταν από χιλιάδες εναλλαγές και θα ένιωθαν πιο ικανοί να διαχειριστούν τη τεχνολογία στους ρυθμούς τους. Μια άλλη επιλογή θα ήταν να εμφανίζονται εγκαίρως επισημάνσεις που θα τους προετοίμαζαν για αυτές τις αλλαγές στην οθόνη τους. Οι νέες τεχνολογίες παρέχουν τη δυνατότητα φωνητικών εντολών και αναζητήσεων, όπως και ακουστικά συστήματα που μπορούν να διαβάσουν το εκάστοτε κείμενο στο διαδίκτυο. Προσαρμόζοντας τις φωνητικές εντολές σε μικρού μήκους προτάσεις, οι σχεδιαστές, μπορούν να βοηθήσουν τους ηλικιωμένους να αξιοποιήσουν και αυτή την επιλογή και να διευκολυνθούν ακόμα περισσότερο στις περιπτώσεις φτωχής όρασης.

Η αναπροσαρμογή καθολικά όλων των διαδικτυακών σελίδων είναι σχεδόν ακατόρθωτη. Ωστόσο, όλες αυτές οι προτάσεις βελτίωσης και εξατομίκευσης μπορούν να συνοψισθούν σε ένα νέο, φιλικότερο λογισμικό για ηλικιωμένους, άτομα με χαμηλότερη ευελιξία, ειδικές ανάγκες, ακόμα και παιδιά.

Πέρα από τις αλλαγές και τις προσαρμογές των ιστότοπων σε πιο απλές και ευδιάκριτες μορφές, ώστε να γίνουν φιλικότερες για τα άτομα της τρίτης ηλικίας, θα μπορούσαν τα ίδια τα άτομα να συμμετάσχουν σε προγράμματα εκπαίδευσης τόσο ηλεκτρονικών υπολογιστών και λοιπών συσκευών, όσο και πλοήγησης στο διαδίκτυο. Έτσι, εξειδικευμένοι εκπαιδευτές ενηλίκων με γνώσεις γύρω από την τεχνολογία, θα μπορούσαν να εντάξουν τους ηλικιωμένους στον διαδικτυακό χώρο. Μέσω της συνέχειας και της επανάληψης αυτών των μαθημάτων, τα άτομα θα μπορούσαν σταδιακά να εξοικειωθούν με το ψηφιακό περιβάλλον, υπερνικώντας τις καθημερινές δυσκολίες που τους επιφέρει η γήρανση. Από την κατάσταση όπου οι ηλικιωμένοι θα είχαν να αντιμετωπίσουν ολόκληρο το δασώδη ιστό του διαδικτύου, τώρα θα μπορούν βήμα – βήμα να ανακαλύψουν τα εργαλεία επεξεργασίας και να μάθουν τη σωστή χρήση των επιλογών που θα είναι διαθέσιμες. Ένας καθοδηγητής είναι σίγουρα απαραίτητος στην εκπαίδευση ενός ατόμου με αυξημένες ανάγκες, ακόμα κι αν μιλάμε για την εκπαιδευτική διαδικασία των τεχνολογικών μέσων.

Στη σημερινή εποχή με το ιό του covid να ορίζει σημαντικά τις ζωές όλων των μελών της οικογένειας, έχουν αλλάξει δραματικά οι ρυθμοί της καθημερινότητας. Παράλληλα, το διαδίκτυο είναι πιο απαραίτητο από οποιαδήποτε άλλη περίοδο, καθώς αυτό δίνει πρόσβαση σε αγαθά, υπηρεσίες και κοινωνικές επαφές στις περιόδους περιορισμού μετακινήσεων και εγκλεισμού που επιβάλουν οι αρχές για την καταπολέμηση εξάπλωσης της πανδημίας. Έτσι,

όπως όλοι και οι ηλικιωμένοι είναι σημαντικό να μπορούν να διαχειριστούν και να αξιοποιούν έστω τις βασικές λειτουργίες τους διαδικτύου, προς όφελός τους. Σε περιπτώσεις που η οικογένεια μένει μαζί ή κοντά με τους παππούδες της μπορεί να είναι είτε η ίδια ο συνδετικός κρίκος ανάμεσα σε αυτούς και τις παροχές της τεχνολογίας, είτε να γίνουν εκείνοι οι καθοδηγητές τους στη διαδικασία εξοικείωσής τους με το ίντερνετ. Τα πιο έμπειρα μέλη της οικογένειας θα μπορούσαν να μεταλαμπαδεύσουν μερικές από τις γνώσεις που έχουν αποκτήσει πάνω στην χρήση του. Οι ηλικιωμένοι πιθανά να ένιωθαν μεγαλύτερη ασφάλεια να μάθουν έχοντας μια συνεχή καθοδήγηση και επιτήρηση από έναν κοντινό τους άνθρωπο που εμπιστεύονται. Έτσι, εν μέσω πανδημίας που όλα έχουν παγώσει, τα νεότερα μέλη της οικογένειας είναι σημαντικό να συμβάλουν στην επιμόρφωση των ατόμων τρίτης ηλικίας ως προς το διαδίκτυο. Με την προσπάθειά τους, περισσότερο απ' όλα δείχνουν πως η κατάκτηση ψηφιακών δεξιοτήτων είναι μια απαραίτητη αλλά ταυτόχρονα βατή διαδικασία, η οποία χρειάζεται κυρίως την καλή διάθεση του εκπαιδευόμενου και την ευελιξία να ξεπεράσει τους βιολογικούς του περιορισμούς.

### **3.5 Σύνοψη κεφαλαίου**

Οι ηλικιωμένοι φαίνεται πως διαδραματίζουν έναν από τους σημαντικότερους ρόλους στην οικογένεια και στην κοινωνία μέσα στα χρόνια. Λόγω ηλικίας ήταν και είναι άτομα σεβασμού και αυτό διαφαίνεται στην προθυμία των νέων να τους βοηθήσουν σχετικά με τις νέες τεχνολογίες. Η πλειοψηφία των πρώτων, δείχνει να έχει μηδαμινές ψηφιακές δεξιότητες. Επομένως, δυσκολεύονται στην διεκπεραίωση ηλεκτρονικών αγορών. Έτσι, και κατά την περίοδο του υποχρεωτικού εγκλεισμού, οι ίδιοι αντιμετώπισαν περισσότερες δυσκολίες στην προσαρμογή τους με τις ηλεκτρονικές αγορές, από ότι οι νεότερες γενιές. Επομένως, στο τέλος παρουσιάστηκαν κάποιες πιθανές προτάσεις σχετικά με τρόπους που θα διευκολύνουν τους γηραιότερους στις ηλεκτρονικές τους αγορές.

### **3.6 Συμπεράσματα Βιβλιογραφικής Ανασκόπησης**

Με τον όρο «ηλικιωμένοι» αναφερόμαστε σε άτομα που έχουν συμπληρώσει τουλάχιστον το 65ο έτος της ηλικίας τους. Η συγκεκριμένη ηλικιακή ομάδα αποτελείται από ανθρώπους που χρήζουν ιδιαίτερη φροντίδα και ανάγκες. Πιο συγκεκριμένα, όπως κάθε άτομο έτσι και τα

άτομα της τρίτης ηλικίας διαφέρουν ως προς την οικογενειακή, μορφωτική τους κατάσταση, αλλά και ως προς τις συνήθειές τους. Ωστόσο, ανεξάρτητα από τα δημογραφικά στοιχεία του καθενός η πλειοψηφία των ηλικιωμένων έχει ως κοινό χαρακτηριστικό της το γεγονός ότι είναι σε μεγαλύτερο βαθμό επιρρεπής σε προβλήματα υγείας, σε σύγκριση με τον υπόλοιπο πληθυσμό.

Ο Covid-19 είναι ένας από τους πιο εύκολα μεταδιδόμενους ιούς που εμφανίστηκε τον Δεκέμβριο του 2019 και εξαπλώθηκε με ραγδαίους ρυθμούς σε 186 χώρες του κόσμου, πλήττοντας τον παγκόσμιο πληθυσμό και σημειώνοντας 116.502.807 κρούσματα (ενημέρωση 07/03/2021, 10:19 π.μ. ώρα Ελλάδος, από την εφημερίδα ΕΘΝΟΣ). Ο συγκεκριμένος αριθμός κρουσμάτων αποτελεί ενδεικτικό μέγεθος της κατάστασης, καθώς η μετάδοση του ιού συνεχίζει με αυξητικό ρυθμό την εξάπλωση αυτού.

Μπορεί ο ιός να προσβάλει άμεσα τον τομέα της υγείας και να έχει φανερό αντίκτυπο σε αυτόν, όμως ταυτόχρονα επηρεάζει σημαντικά κάθε πτυχή της καθημερινής ζωής των ανθρώπων. Την ίδια στιγμή, μεγάλο πλήγμα δέχθηκε η οικονομία, η οποία στηρίζει την ομαλή λειτουργία κάθε κράτους. Ο κυριότερος παράγοντας αυτών των επιπτώσεων είναι τα αλληπάλληλα «lockdown» που επιβάλλονται από τις εκάστοτε κυβερνήσεις. Στόχος τους είναι, με το κλείσιμο των φυσικών καταστημάτων και τον περιορισμό των άσκοπων μετακινήσεων, να περιοριστεί η διασπορά του ιού. Με τη μαζική αναστολή λειτουργίας των φυσικών καταστημάτων, πολλές επιχειρήσεις που δεν αξιοποιούσαν μέχρι πρότινος τις υπηρεσίες του διαδικτύου, δημιούργησαν ψηφιακές πλατφόρμες, ώστε να γίνουν μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου. Το ηλεκτρονικό εμπόριο ήδη κυριαρχούσε στην αγορά, αλλά πλέον αποτελεί τον μοναδικό τρόπο αγοραπωλησίας προϊόντων, τα οποία δεν εντάσσονται στην κατηγορία των αγαθών πρώτης ανάγκης.

Συνεπώς, με τα παραπάνω δεδομένα δημιουργούνται ερωτήματα ως προς τις αντιδράσεις των ηλικιωμένων στην πανδημία Covid-19, καθώς και πως οι ίδιοι ικανοποίησαν τις αγοραστικές τους συνήθειες. Στην ενότητα που ακολουθεί, την «Μεθοδολογία της Έρευνας», παρατίθεται ο σκοπός της έρευνας και τα ερευνητικά ερωτήματά μας τα οποία μας οδήγησαν στην επιλογή του θέματος και της ενότητας αυτής.

## Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup> Μεθοδολογία Έρευνας

### 4.1 Εισαγωγή

Ως «έρευνα» ορίζεται η αναζήτηση και η συλλογή νέων δεδομένων ή η μελέτη ήδη υπαρχόντων στοιχείων με σκοπό την επαλήθευσή τους. Όσο αναφορά τη διεξαγωγή, η έννοια της έρευνας χωρίζεται σε 2 βασικές κατηγορίες, την ποιοτική και την ποσοτική. Η ποιοτική έρευνα μελετά και εξετάζει σε βάθος απόψεις, συναισθήματα, ενέργειες και αντιδράσεις με στόχο την παρατήρηση και την κατανόηση των περιστάσεων (Ισαρη. Φ.; Πουρκός. Μ., 2015). Επίσης, βασικό εργαλείο αυτής της έρευνας είναι οι συνεντεύξεις, οι οποίες χωρίζονται σε δομημένες και μη δομημένες. Στις πρώτες, οι ερωτήσεις γίνονται πιο συγκεκριμένα, με καθορισμένο περιεχόμενο και αριθμό, ενώ οι τελευταίες πραγματοποιούνται σε ένα πιο ελεύθερο κλίμα συζήτησης, ώστε να ενθαρρύνονται οι ομιλητές να εκφράζουν τις απόψεις τους και τις εμπειρίες τους, πάντα όμως σε σχέση με το αντίστοιχο θέμα. Αντίθετα η χρήση της ποσοτικής ανάλυσης συναντάται σε περιπτώσεις που ο ερευνητής αποσκοπεί στην ανακάλυψη ή την επαλήθευση στοιχείων μέσω των αριθμητικών – στατιστικών στοιχείων.

Με γνώμονα την προέλευση των στοιχείων η έρευνα διακρίνεται σε πρωτογενή και δευτερογενή. Η πρώτη έρευνα συγκεντρώνει άμεσα από τους ερωτηθέντες πρωτότυπα δεδομένα μέσω εργαλείων όπως ερωτηματολόγια, τηλεφωνικές επαφές, συνεντεύξεις κ.α. Η δευτερογενή μελέτη διεξάγεται έχοντας υπόψη και αξιολογώντας τα δεδομένα από προηγούμενες πρωτογενείς έρευνες.

Για την παρούσα εργασία, πραγματοποιήθηκε πρωτογενής- ποιοτική έρευνα. Πιο συγκεκριμένα, μέσω ημι-δομημένων συνεντεύξεων ανοικτού τύπου ερωτημάτων, ερωτήθηκε ένα δείγμα 10 ηλικιωμένων ατόμων, από το οικείο περιβάλλον, σχετικά με τις ηλεκτρονικές αγορές που πιθανόν να είχαν κάνει εν μέσω της έκτακτης κατάστασης που επέβαλε η πανδημία του Covid-19. Οι συνεντεύξεις διεκπεραιώθηκαν μέσω της χρήσης τηλεφώνου (για λόγους υγιεινής και ασφάλειας) και διήρκεσαν 40 λεπτά, ενώ για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας οι κλήσεις ηχογραφήθηκαν, ώστε να επιτευχθεί η ακριβής καταγραφή των δεδομένων που προέκυψαν.

## 4.2 Ποιοτική Έρευνα

Η επιλογή της ποιοτικής έρευνας έγινε, καθώς για να συλλεχθούν τα απαραίτητα στοιχεία προς ανάλυση, η καλύτερη επιλογή ήταν μέσω συνέντευξης. Με την χρήση των συνεντεύξεων μπορούν οι μελετητές να παρατηρήσουν τους συνομιλητές τους και να βγάλουν συμπεράσματα από τον τρόπο που οι τελευταίοι εκφράζονται είτε λεκτικά, είτε από τις κινήσεις του προσώπου τους, ακόμα και από τον τρόπο που στέκονται. Φυσικά, στην παρούσα εργασία και επειδή βρισκόμαστε εν μέσω πανδημίας, οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν εξ' αποστάσεως για λόγους υγείας και προστασίας. Έτσι, παρόλο που δεν υπάρχει η δυνατότητα παρατήρησης των συνομιλητών μας από κοντά, υπάρχει ακόμα η δυνατότητα για βαθύτερη παρατήρηση των λεγομένων τους, μέσω της χροιάς τους. Δίνοντας ιδιαίτερη προσοχή στις ιστορίες – εμπειρίες που μας διηγούνται οι συνομιλητές μας, μπορούμε να συμπεράνουμε πολλά πράγματα για την προσωπικότητά τους, τις αντιδράσεις τους σε κάθε περίπτωση που καλούνται να αντιμετωπίσουν αλλά και τις συνήθειες τους.

Επιπλέον, ένας ακόμα λόγος επιλογής της συγκεκριμένης μεθόδου, ήταν για να εντοπιστούν οι διαφορετικές απαντήσεις που υπήρξαν στην ίδια ερώτηση. Έπειτα, από τις πιθανές διαφορές στις απόψεις των ερωτώμενων, συλλέχθηκαν ενδιαφέροντα στοιχεία, τα οποία βοήθησαν στην ολοκλήρωση των αποτελεσμάτων.

Όπως κάθε μελετητής όταν καλείτε να αναλάβει μια ποιοτική έρευνα, έτσι και εμείς στην παρούσα εργασία, κατά την διάρκεια κάθε μίας συνέντευξης, κρατήσαμε σημειώσεις. Τόσο για την σωστή διατύπωση των λεγομένων των συνομιλητών μας, καθώς και για λεπτομέρειες στον τρόπο που εκφράζουν τα συναισθήματά τους ή τις σκέψεις τους. Μερικές από αυτές τις λεπτομέρειες, μπορεί να είναι ένα γέλιο, που ίσως να δηλώνει χαρά, ή και αμηχανία. Ακόμα, ένα κόμπιασμα στο λαιμό, μπορεί να δηλώνει την άβολη κατάσταση που βρίσκεται ο ομιλητής, ενώ πολλά παρόμοια στοιχεία, μπορούν να μας μεταφέρουν την ψυχική κατάστασή του εκείνη την στιγμή (Παρασκευοπούλου; Κόλλια, 2008).

## 4.3 Διάγραμμα Gantt

Πριν από την έναρξη της διαδικασίας συγγραφής, της πτυχιακής μας εργασίας, δημιουργήθηκε το παρακάτω χρονοδιάγραμμα με σκοπό την καλύτερη επίτευξη των στόχων μας, στο χρονικό περιθώριο το οποίο μας δόθηκε (βλ. Πίνακα 19).

Δραστηριότητες	Φεβρουάριος			Μάρτιος				Απρίλιος				Μάιος				Ιούνιος			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Αριθμός εβδομάδας																			
Ανάγνωση βιβλιογραφίας	■	■	■																
Οριστικοποίηση στόχων		■	■																
Καθορισμός ενοτήτων			■	■															
Έυρεση πηγών			■	■	■														
Συγγραφή κεφαλαίων 3,4,5				■	■	■	■	■	■										
Δημιουργία ερωτηματολογίου				■	■	■	■												
Υλοποίηση συνεντεύξεων					■	■	■	■	■										
Επεξεργασία αποτελεσμάτων								■	■	■	■	■	■	■					
Συγγραφή κεφαλαίων 1,2,6									■	■	■	■	■	■	■				
Διορθώσεις και ολοκλήρωση													■	■	■	■	■		
Υποβολή εργασίας για παρουσίαση																■			
Δημιουργία PowerPoint παρουσίασης																	■	■	■
Παρουσίαση εργασίας																			■

Πίνακας 19: Χρονοδιάγραμμα Gantt (Πηγή: με ιδία επεξεργασία).

#### 4.4 Προσδιορισμός σκοπού έρευνας και ερευνητικών ερωτημάτων

Η έρευνα αυτή ξεκίνησε καθώς, σύμφωνα με τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό πως τα άτομα της τρίτης ηλικιακής ομάδας πλήττονται πολύπλευρα από τον ιό του Covid-19, σε μεγαλύτερο βαθμό από τα υπόλοιπα μέλη της κοινωνίας. Εξαιτίας της ηλικίας τους κατατάσσονται στις ευπαθείς ομάδες που κινδυνεύουν περισσότερο από αυτόν. Παράλληλα, σε συνδυασμό με τα νέα μέτρα προστασίας από το κράτος και το κλείσιμο των φυσικών καταστημάτων, οι ηλικιωμένοι στην πλειοψηφία τους, δυσκολεύονται με τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την εξοικείωσή τους με αυτό. Μάλιστα, πολλοί από αυτούς δεν έχουν αποκτήσει μέχρι σήμερα ψηφιακές δεξιότητες, καθώς η επαφή τους με την τεχνολογία ήταν και παραμένει ιδιαίτερα περιορισμένη. Τα περιοριστικά μέτρα που επιβάλλονται καθολικά, αλλά και η δυσκολία συμμετοχής τους στις εμπορικές συναλλαγές, τους δημιουργούν ένα αίσθημα αποκοπής από την κοινωνία, το οποίο επιδρά καταλυτικά στην ψυχολογική τους κατάσταση.

**Σκοπός, της παρούσας έρευνας,** είναι να συλλεχθούν και να αναλυθούν πρωτογενή ποιοτικά δεδομένα για τον τρόπο με τον οποίο τα άτομα τρίτης ηλικίας αντιμετώπισαν την αυξημένη ανάγκη για ψηφιακές αγορές, λόγω της πανδημίας. Τα κύρια θέματα που θα ερευνηθούν - μελετηθούν είναι πώς τα άτομα αυτής της ηλικιακής κατηγορίας, αντιμετώπισαν την νέα κατάσταση με τα αυστηρά μέτρα προστασίας, τα αλληπάλληλα «lockdown» και τις αγορές μέσω διαδικτύου, ως ασφαλέστερη ή μοναδική επιλογή, που επεβλήθη σε κάποιες περιοχές ή για κάποια προϊόντα. Επίσης, μέσω της έρευνας, μπορεί να γίνει καλύτερα αντιληπτό κατά



πόσο το διαδίκτυο και οι αγορές σε αυτό, είναι εύκολα προσβάσιμα στη χρήση, για τις ηλικιακές ομάδες των 65 και άνω.

Με την συγκεκριμένη έρευνα, επιδιώκεται η απάντηση καίριων ερωτημάτων που αφορούν τη σχέση των ατόμων της τρίτης ηλικίας με το ηλεκτρονικό εμπόριο, ιδιαίτερα κατά την περίοδο της πανδημίας covid-19. Τα ερωτήματα αυτά παρατίθενται παρακάτω.

1. Ο covid στάθηκε ως αφορμή για την γνωριμία των ηλικιωμένων με το ψηφιακό περιβάλλον ή τις ψηφιακές αγορές;
2. Πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές εν μέσω της πανδημίας;
3. Πόσο εύκολη και προσιτή θεωρούν τη διαδικασία αγοράς μέσω του διαδικτύου;
4. Σε περίπτωση ολοκλήρωσης ηλεκτρονικής συναλλαγής προ ή εν μέσω covid, χρειάστηκαν - έλαβαν κάποια βοήθεια κατά τη διαδικασία αυτή;
5. Ανέθεσαν σε κάποιο τρίτο άτομο να φέρουν εις πέρας κάποια ηλεκτρονική αγορά που πιθανώς να επιθυμούσαν να πραγματοποιήσουν;

#### **4.5 Δείγμα έρευνας**

Αρχικά, η επιλογή του δείγματος έγινε με την στρατηγική σκοπιμότητας και ακολουθήθηκε η δειγματοληψία ευκολίας. Παρόλο που η συγκεκριμένη στρατηγική δειγματοληψίας δεν ενδείκνυται για τις ποιοτικές έρευνες, η συγκεκριμένη επιλογή έγινε, καθώς, με βάση την βιβλιογραφία, για συνεντεύξεις εις βάθος, αρκούν 8-10 ερωτώμενοι. (Ισαρη. Φ., Πουρκός. Μ., 2015).

Ο ακόλουθος πίνακας 20, απεικονίζει το δείγμα 10 ερωτώμενων και τα βασικά χαρακτηριστικά τους, ώστε να διευκολύνεται ο αναγνώστης και οι μελετητές. Επίσης, για την προστασία των προσωπικών τους δεδομένων, δόθηκαν κάποια ψευδώνυμα.

Ψευδώνυμο	Ηλικία	Επίπεδο εκπαίδευσης	Χρήση smartphone/ κινητό, Η/Υ, tablet	Χρήση διαδικτύου	Αγορές στο διαδίκτυο
κα Αγγελική	74	Απόφοιτη δημοτικού	Χρήση κινητού	Όχι	Όχι
κα Άννα	73	Απόφοιτη δημοτικού	Όχι	Όχι	Όχι
κος Βασίλης	66	Πτυχιούχος Τεχνικός Επίγειων Μέσων	Χρήση smartphone/ κινητό, Η/Υ	Ναι	Ναι
κα Γεωργία	75	Συνταξιούχος δασκάλα	Χρήση κινητού, tablet	Ναι	Ναι (μέσω τρίτων ατόμων)
κα Γιαννούλα	85	Πτυχιούχος Μοντελίστ	Χρήση κινητού	Όχι	Όχι
κος Ιωάννης	80	Απόφοιτος δημοτικού	Χρήση κινητού	Όχι	Ναι (μέσω τρίτων ατόμων)
κα Μαρίνα	70	Απόφοιτη γυμνασίου	Χρήση tablet	Ναι	Ναι (εν μέσω covid)
κος Παναγιώτης	65	Απόφοιτος γυμνασίου	Χρήση smartphone, Η/Υ, tablet	Ναι	Ναι
κα Φωτεινή	83	Απόφοιτη δημοτικού	Χρήση tablet	Ναι	Όχι
κος Χαράλαμπος	84	Πτυχιούχος ιατρικής	smartphone	Ναι	Ναι (μέσω τρίτων ατόμων)

Πίνακας 20: Δείγμα Έρευνας (Πηγή: με ίδια επεξεργασία).

## 4.6 Διαδικασία συνέντευξης

Στα πλαίσια ολοκλήρωσης της πτυχιακής μας εργασίας, όπως αναφέρθηκε νωρίτερα, ακολουθήθηκε πρωτογενής, ποιοτική έρευνα με ημι-δομημένες συνεντεύξεις ανοικτού τύπου ερωτήσεων. Οι ερωτήσεις αναλόγως με τον κάθε ομιλητή τροποποιήθηκαν και διαμορφώθηκαν ανάλογα, ώστε να καλύψουν τις ανάγκες του θέματος, αλλά και να παροτρύνουν τους συνομιλητές να μιλήσουν ελεύθερα και με ασφάλεια.

Οι συνεντευξιαζόμενοι επιλέχθηκαν με πρωταρχικό κριτήριο την ηλικιακή κατηγορία που ανήκουν. Η συγκεκριμένη ηλικιακή κατηγορία που επιλέχθηκε, δεν ήταν άλλη από την «Τρίτη Ηλικία» που στην παρούσα πτυχιακή εργασία επιδιώκεται να μελετηθεί. Ένα ακόμα πολύ σημαντικό κριτήριο επιλογής των ατόμων, ήταν η εύρεσή τους να γίνει από το οικείο περιβάλλον μας ή με μεσολάβηση κοινών γνωστών. Αυτό έγινε διότι, λόγω της πανδημίας, με τον υποχρεωτικό εγκλεισμό των ανθρώπων στα σπίτια τους και τα αυστηρά μέτρα προστασίας για την υγεία, έπρεπε να αποφεύγονται οι πολλές επαφές και ο συνωστισμός. Ειδικά για τις συγκεκριμένες ηλικίες που έχουν χαρακτηριστεί ως ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, η μόνη ασφαλής επιλογή για την πραγματοποίηση της ποιοτικής έρευνας, ήταν μέσω τηλεφώνου. Αλλά, κυρίως, επειδή με βάση την βιβλιογραφία η οποία λέει για τις συνεντεύξεις εις βάθος, αρκούν 8-10 ερωτώμενοι.

Έτσι αφού επιλέχθηκαν οι συμμετέχοντες, και πριν ξεκινήσει η κάθε συνέντευξη, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να δηλώσουν υπεύθυνα τη συγκατάθεσή τους για τη συμμετοχή τους σε αυτήν. Για να γίνει αυτό, πρώτα ενημερώθηκαν για τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας των Προσωπικών Δεδομένων (ΓΚΠΔ- GDPR), όπως αναφέρεται στην συνέχεια της μεθοδολογίας, στο κεφάλαιο 4.10 «Μεθοδολογικοί περιορισμοί και ζητήματα δεοντολογίας της έρευνας».

Στην συνέχεια της παρούσας συνέντευξης και για την επεξεργασία των στοιχείων που συλλέχθηκαν, χρειάστηκε να ηχογραφηθούν οι ερωτήσεις - απαντήσεις, ώστε έπειτα να απομαγνητοφωνηθούν και να ενταχθούν στην εργασία μας. Η διαδικασία της συζήτησης μεταξύ εμάς και των συνεντευξιαζόμενων διάρκεσε περίπου 40 λεπτά και έγινε τηρώντας αυστηρά τα μέτρα προστασίας των δικαιωμάτων όλων των συμμετεχόντων, όπως ρητά αναφέρεται στον κανονισμό.

#### 4.7 Το πρωτόκολλο συνέντευξης

Για την διαδικασία της συνέντευξης ακολουθήθηκε το πρωτόκολλο συνέντευξης ως οδηγός και κατά την διάρκεια δημιουργήθηκαν και παρεμφερή ερωτήματα (για τον οδηγό / πρωτόκολλο συνέντευξης, βλ. Παράρτημα 1). Αρχικά, ζητήθηκε από τους συνεντευξιαζόμενους να πουν λίγα λόγια για αυτούς. Αυτό, είχε ως σκοπό να βοηθήσει τους ερωτώμενους να νιώσουν πιο άνετα και στην συνέχεια, σιγά σιγά να μπορέσουν να εκφραστούν ελεύθερα και να διευκολυνθούν στις επόμενες ερωτήσεις, που πιθανών να τους ήταν πιο δύσκολες. Σκοπός άλλωστε της συνέντευξης, δεν ήταν απλά η συλλογή των απαντήσεων που αφορούσε το θέμα της έρευνας, αλλά και η κατανόηση του κάθε ηλικιωμένου ξεχωριστά. Κύριο ενδιαφέρον μας αποτέλεσε η απόκτηση μιας γενικής εικόνας, που θα εξηγούσε καλύτερα τον τρόπο αντίδρασης των ηλικιωμένων σε αυτήν την κατάσταση, του υποχρεωτικού εγκλεισμού για την προστασία από την πανδημία Covid-19. Επίσης, όπως αναφέρει η μεθοδολογία της ποιοτικής έρευνας, η συνέντευξη είναι προτιμότερο να πραγματοποιηθεί στα πλαίσια μιας συζήτησης. Με αυτόν τον τρόπο, ο κάθε συμμετέχοντας μπορεί ελεύθερα να εκφράσει την γνώμη του και να την αναλύσει, χωρίς να απαντάει μονολεκτικά και απρόσωπα «ναι» ή «όχι», με μοναδικό σκοπό να βγουν κάποιοι αριθμοί σε ποσοστά, χωρίς περαιτέρω ανάλυση και κατανόηση.

Κάποια από τα πράγματα που μπορεί να πει κάποιος για τον εαυτό του, είναι συνήθως η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, η εργασιακή του κατάσταση, η οικογενειακή του κατάσταση, καθώς μπορεί να αναφερθεί και σε κάποιο γεγονός που βίωσε. Ως πρώτη ερώτηση και για να εισέλθει η συζήτηση σιγά σιγά στο θέμα, οι ερωτώμενοι απάντησαν στο αν οι ίδιοι έχουν αναλάβει τα ψώνια του νοικοκυριού τους ή έχουν κάποια βοήθεια. Με αυτό ως αφετηρία, η συζήτηση εστίαζε στο κατά πόσο έχουν ασχοληθεί οι ίδιοι με τις αγορές του σπιτιού και άρα γνωρίζουν τι ανάγκες προκύπτουν και πως τις καλύπτουν.

Έπειτα, αφού διηγήθηκαν πως πραγματοποιούν τις αγορές τους, δημιουργήθηκε το ερώτημα αν μέσα στην πανδημία μπόρεσαν να συνεχίσουν τις αγορές τους με τον ίδιο τρόπο ή χρειάστηκε να αλλάξουν κάτι στον τρόπο αυτό. Έτσι, αυτή η ερώτηση μας βοήθησε να παρατηρήσουμε τις αντιδράσεις των ηλικιωμένων σε αυτή την απότομη αλλαγή στον τρόπο ζωής τους. Ακόμα, μία σημαντική ερώτηση που ανάλογα με την απάντηση μας δόθηκε η αφορμή για να σκεφτούμε πως θα συνεχίσουμε, ώστε να καλυφθεί το θέμα, ήταν το κατά πόσο οι συγκεκριμένοι ηλικιωμένοι ασχολούνται με την τεχνολογία. Έτσι, ανάλογα με τις απαντήσεις τους, μπορέσαμε να οδηγήσουμε την συνέντευξη στην επόμενη ερώτηση ή να την διατυπώσουμε διαφορετικά για να καλύψει το αντίστοιχο θέμα προς μελέτη.

Η επόμενη ερώτηση, στην περίπτωση που ασχολούνται με την τεχνολογία και συγκεκριμένα το ίντερνετ, διαμορφώθηκε στο αν είχαν πραγματοποιήσει κάποια αγορά μέσω διαδικτύου πριν την πανδημία. Στην περίπτωση όμως που δεν ασχολούνται καθόλου με το διαδίκτυο και ούτε το γνωρίζουν, η ερώτηση που ακολουθεί διαμορφώθηκε, έτσι, ώστε να βρεθεί ο λόγος που δεν το γνώριζαν, ή που δεν το είχαν χρησιμοποιήσει. Αυτές οι αλλαγές στον τρόπο διατύπωσης, ή παράθεσης των ερωτημάτων έχει στόχο να καλύψει το θέμα περιμετρικά, αλλά και για να μην δημιουργούνται ερωτηματικά στον αναγνώστη.

Η επόμενη ερώτηση, και πολύ σημαντική για το θέμα της έρευνας, ήταν αν εν μέσω πανδημίας, όσοι δεν είχαν κάνει κάποια αγορά παλαιότερα, έκαναν τότε, ή αυτοί που είχαν κάνει και πριν, αν έκαναν πάλι, και σε τι βαθμό. Από αυτήν τους την απάντηση, παρατηρήθηκε πόσο χρήσιμο υπήρξε το ηλεκτρονικό εμπόριο για τους ηλικιωμένους, χάρη την δυνατότητα εύρεσης και αγοράς των προϊόντων που δύσκολα έβρισκαν στα διαθέσιμα καταστήματα.

Μια ερώτηση που προέκυψε από την παραπάνω, ήταν αν όσοι έκαναν κάποια αγορά εν μέσω πανδημίας, την ολοκλήρωσαν μόνοι τους ή χρειάστηκαν κάποια βοήθεια από άλλα άτομα. Έτσι, μπορέσαμε να αναγνωρίσουμε την δυσκολία πρόσβασης των ηλικιωμένων στις ηλεκτρονικές αγορές. Επιπλέον, για όσους δεν έκαναν κάποια ηλεκτρονική αγορά, η συζήτηση συνεχίστηκε με ερωτήσεις όπως, ποιος ήταν ο λόγος που δεν πραγματοποίησαν κάποια αγορά, αν πιστεύουν ότι είναι δύσκολο, ή αν θα το σκέφτονταν να πραγματοποιήσουν μία τέτοια αγορά κάποια στιγμή στο μέλλον, μόνοι τους ή με κάποια βοήθεια.

Στην συνέχεια, στους συνεντευξιζόμενους που απάντησαν ότι έχουν πραγματοποιήσει αγορές στο διαδίκτυο, ζητήθηκε να αναφέρουν κάποιες από τις κατηγορίες αγορών που πραγματοποίησαν, αλλά και πόσο συχνά ψωνίζουν με αυτή τη μέθοδο αγοράς, ηλεκτρονικά. Με αυτό τον τρόπο διαπιστώθηκε ποια είναι τα κύρια ενδιαφέροντα των ηλικιωμένων, αλλά και ποιες είναι οι ανάγκες τους. Άλλη μία ερώτηση, ήταν να αναφερθούν σε άλλους τρόπους αγοράς, που πραγματοποίησαν τα ψώνια τους κατά την διάρκεια της πανδημίας. Ο σκοπός αυτής της ερώτησης, ήταν να βρεθούν οι διαθέσιμες επιλογές μεθόδων αγοράς που είχαν οι ηλικιωμένοι, αλλά και πόσο χρήσιμες υπήρξαν για εκείνους σε αυτή την κατάσταση του covid-19.

Επιπρόσθετα, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να πουν την γνώμη τους και λίγα λόγια για το αν, και κατά πόσο, θεωρούν το ψηφιακό εμπόριο αξιόπιστο. Ανάλογα με τις απαντήσεις, μπορέσαμε να διαπιστώσουμε πως αντιλαμβάνονται οι ηλικιωμένοι αυτό τον τρόπο αγορών. Ειδικά με την επόμενη ερώτηση, που αναφέρεται στη χρησιμότητα του ψηφιακού εμπορίου

στο διάστημα της πανδημίας, τα συμπεράσματα που αποκομίσαμε μας έδωσαν πολύ θετικά αποτελέσματα.

Τέλος, για το κλείσιμο της συνέντευξης, οι συνεντευξιαζόμενοι που είχαν χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο για αγορές, ρωτήθηκαν αν θα συνέχιζαν την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και μετά την πανδημία. Έτσι, ολοκληρώνοντας τις ερωτήσεις, τα αποτελέσματα που προέκυψαν, μπορούν να εξηγήσουν τις αντιδράσεις των ηλικιωμένων, αλλά και την αξία που δημιούργησε το ψηφιακό εμπόριο σε αυτούς.

#### **4.8 Συλλογή δεδομένων – Απομαγνητοφώνηση**

Η μαγνητοφώνηση των στοιχείων πραγματοποιήθηκε όσο η κλήση βρισκόταν σε εξέλιξη. Για την καταγραφή τους, χρησιμοποιήθηκε από τον κάθε ερευνητή, το προσωπικό του κινητό τηλέφωνο, το οποίο διέθετε πρόγραμμα εγγραφής ήχου. Μετά την ολοκλήρωση τη κλήσης και την καταγραφή αυτής, ως ερευνητές περάσαμε στη διαδικασία της απομαγνητοφώνησης. Η διαδικασία είχε ως εξής, πρώτα ακούσαμε με προσοχή τις ηχογραφημένες ερωτήσεις - απαντήσεις που συλλέχθηκαν κι έπειτα η συνέντευξη αναπαράχθηκε με διακοπές, ώστε να καταγραφούν τα στοιχεία αυτά σε μορφή κειμένου, με απώτερο σκοπό την αξιοποίηση των στοιχείων και την ένταξή τους στην εργασία μας. Έπειτα, ακολούθησαν τα αποτελέσματα της έρευνας και η ανάλυση των συνεντεύξεων, τα οποία παρουσιάζονται στο 5ο κεφάλαιο της εργασίας, ενώ αντίστοιχα, στο 6ο παρατίθενται τα τελικά συμπεράσματα, που προέκυψαν με την ολοκλήρωση της έρευνάς – εργασίας μας.

#### **4.9 Ανάλυση συνεντεύξεων**

Η ανάλυση των συνεντεύξεων που παρατίθεται παρακάτω, έγινε μία-μία ξεχωριστά και με πολύ προσοχή, ώστε να διατυπωθούν με ακρίβεια τα στοιχεία που συλλέχθηκαν. Τα δεδομένα που προέκυψαν από την απομαγνητοφώνηση του προφορικού λόγου, χρησιμοποιήθηκαν στη σύνταξη ενός ολοκληρωμένου γραπτού κειμένου με συγκεκριμένα τμήματα παράθεσης της συζήτησης. Στη δήλωση ταυτότητας των συνεντευξιαζόμενων, χρησιμοποιήθηκαν ψευδώνυμα για την διατήρηση του απορρήτου προσωπικών δεδομένων. Τα άτομα αναλύονται αλφαβητικά, ανάλογα με το όνομα που τους δόθηκε. Στις συνεντεύξεις, πέρα από τον βασικό κορμό των

ερωτήσεων, υπάρχουν και αναφορές σε προσωπικές ιστορίες και παραδείγματα που οι ίδιοι οι συνομιλητές μοιράστηκαν μαζί μας κατά τη διάρκεια της τηλεφωνικής κλήσης.

#### **4.10 Μεθοδολογικοί περιορισμοί και ζητήματα δεοντολογίας της έρευνας**

Είναι γεγονός, ότι σε κάθε έρευνα που διεξάγεται, οι ερευνητές καλούνται να δώσουν μεγάλη σημασία στους περιορισμούς και τα ζητήματα δεοντολογίας που αφορούν τους ίδιους αλλά και όλους τους εμπλεκόμενους. Ο λόγος έγκειται στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις που έχει η κάθε πλευρά και οι οποίες είναι αναγκαίο να γνωρίζουν κάποιες βασικές αρχές όπως τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας των Προσωπικών Δεδομένων (ΓΚΠΔ- GDPR).

Αρχικά, το πρώτο βήμα που απασχολεί τους ερευνητές είναι να πληροφορηθούν για τον κώδικα ηθικής και δεοντολογίας. Η παρούσα έρευνα έλαβε σοβαρά υπόψη της τόσο τον ΓΚΠΔ όσο και τον κώδικα δεοντολογίας από το Πανεπιστήμιο Πατρών. Με αυτόν τον τρόπο, οι ερωτήσεις ήταν όσο το δυνατόν πιο ξεκάθαρες, ευκόλως κατανοητές και με σεβασμό προς τους ερωτώμενους. Επιπλέον, διαμορφώθηκαν με τρόπο ώστε να μην παραβιάζεται η ελευθερία ατομικής συνειδητής απάντησης, να μην υποκινούνται συγκεκριμένες απαντήσεις, ενώ παράλληλα να διαφυλάσσονται τα προσωπικά τους δεδομένα.

Αφού ολοκληρώθηκε ο οδηγός συνεντεύξεων και πριν από τη διεξαγωγή της έρευνας, ακολούθησε η ενημέρωση όλων των συνεντευξιαζόμενων για τα θέματα προστασίας των δικαιωμάτων τους, των πιθανών κινδύνων αλλά και των στόχων της μελέτης. Φροντίσαμε να μην χρησιμοποιούνται χαρακτηρισμοί και διακρίσεις όπως είναι η εθνική καταγωγή, η φυλή, η γλώσσα, η θρησκευτική πεποίθηση, το φύλο, η σωματική και η διανοητική ικανότητα, η κοινωνικοοικονομική κατάσταση, και οι προσωπικές δεοντολογίες του τρόπου ζωής τους. Ακόμα ένα σημαντικό ζήτημα που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι ερευνητές, είναι αυτό της διαχείρισης των προσωπικών στοιχείων που θα συλλέξουν από τους συνομιλητές τους. Αυτό αποτελεί ίσως τον μεγαλύτερο κίνδυνο, καθώς η παραβίαση των προσωπικών δεδομένων και η παράθεση λόγου και προσωπικών δεδομένων χωρίς συγκατάθεση και αναφορά του ομιλητή, μπορεί να επιφέρει αυστηρές κυρώσεις.

Για την αποφυγή σφαλμάτων, κατά την διαχείριση των προσωπικών δεδομένων χρησιμοποιήσαμε τα απαραίτητα μέτρα για την τήρηση της ασφάλειας των δεδομένων και τη εξασφάλιση του κατάλληλου επιπέδου προστασίας. Επιπρόσθετα, βεβαιώνεται ότι κατά την επεξεργασία των δεδομένων, δεν επετράπη καμία απώλεια ή αλλοίωση των στοιχείων, ενώ δεν

υπήρξε καμία πρόσβαση από τρίτους ή διαβίβαση πληροφοριών με οποιονδήποτε τρόπο. Συνεπώς, με βάση τους κανόνες δεοντολογίας του κλάδου, ως ερευνητές οφείλαμε και είμασταν απόλυτα εχέμυθοι και δείξαμε σεβασμό προς τα αποτελέσματα της ερευνητικής διαδικασίας, όπως και ότι απείχαμε από κάθε άνομη ενέργεια ή οποιοδήποτε προσωπικό όφελος.



## Κεφάλαιο 5<sup>ο</sup> Αποτελέσματα Έρευνας

Τα αποτελέσματα είναι όλη η ουσία κάθε έρευνας και αποτελούν απαραίτητο στοιχείο για τη σύνταξη συμπερασμάτων. Αναλύοντας τα στοιχεία που προέκυψαν από την κάθε συνέντευξη φτάνουμε στις απαντήσεις των ερευνητικών ερωτημάτων μας. Έτσι είμαστε σε θέση να γνωρίζουμε κατά πόσο τα άτομα της τρίτης ηλικίας χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, το εμπιστεύονται ή το βρίσκουν διαχειρίσιμο, στα όρια του ερωτώμενου δείγματος. Τα αποτελέσματα στηρίζονται αποκλειστικά και μόνο στα δεδομένα των συζητήσεων και δεν υπάρχουν προσωπικές προσθήκες ή αφαιρέσεις στα λόγια των συνομιλητών.

### 5.1 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Αγγελικής

Η κυρία Αγγελική είναι μία γυναίκα 74 ετών, αν και η δυναμικότητα και η ενέργειά της, μας δηλώνουν μία πολύ νεότερη γυναίκα. Η ίδια, τα τελευταία χρόνια ζει μόνη της στο χωριό, λόγω ότι έχει χάσει τον σύζυγό της και τα δύο της παιδιά ζουν στα δικά τους σπίτια, αν και κοντά της. Πρώτα μας ανέφερε πως ήταν η ζωή στα παιδικά της χρόνια και τις δυσκολίες που υπήρχαν την εποχή εκείνη, όπως φτώχεια μετά τον πόλεμο του 40'.

*«Γεννήθηκα το 1947 μετά τον πόλεμο του 40' που τότε υπήρχε μεγάλη φτώχεια, και επειδή είμαστε μεγάλη οικογένεια μάθαμε να ζούμε με λίγα και πιο απλά πράγματα από ότι σήμερα».*

Εδώ διακρίνουμε τις δυσκολίες της μεταπολεμικής περιόδου, όπου οι άνθρωποι ζούσαν στην ανέχεια και ήταν αναγκασμένοι να είναι ολιγαρκείς και χωρίς ανέσεις.

*«Στο σπίτι μου έμενα με τα πέντε αδέρφια μου, τους γονείς μου και την νόνα μου, δηλαδή την γιαγιά μου. Ήμασταν εννέα άτομα σε ένα σπίτι δηλαδή, και αντιμετωπίσαμε, όπως όλοι τότε, αρκετές δυσκολίες».*

Εκείνη την εποχή βλέπουμε ότι οι οικογενειακοί δεσμοί ήταν ιδιαίτερα ισχυροί, καθώς η οικογενειακή εστία περιελάμβανε εκτός από τους γονείς και τα πολλά παιδιά (σύνηθες της εποχής οι πολύτεκνες οικογένειες) τους παππούδες και τις γιαγιάδες.

Επίσης μας ανέφερε και τη σχέση με την τεχνολογία που είχαν οι άνθρωποι του χωριού τότε.

*«Εκείνη την εποχή ακόμα, δεν υπήρχε ούτε σταθερό τηλέφωνο. Δηλαδή στο χωριό μου ήρθε όταν εγώ ήμουν παντρεμένη πια, και υπήρχε μόνο ένα στο καφενείο του χωριού. Πέρασαν αρκετά χρόνια για να βάλουμε και εμείς στο σπίτι μας».*

Σύμφωνα με τα λεγόμενα της κ. Αγγελικής γίνεται αντιληπτή η δυσκολία στην επικοινωνία που αντιμετώπιζαν οι άνθρωποι παλιότερα, καθώς επίσης και η ανάπτυξη – εδραίωση της τεχνολογίας μέσα στα χρόνια.

Έπειτα, μας είπε και κάποια πράγματα για τις σπουδές της και κάποιους από τους λόγους που δεν τις συνέχισε.

*«Έχω τελειώσει το δημοτικό σχολείο του χωριού, το μοναδικό σχολείο που υπήρχε εκεί και υπάρχει ακόμα. Έπειτα ως η μεγαλύτερη κόρη, μαζί με τον μεγάλο μου αδελφό, βοηθούσα στα κτήματα του πατέρα μου. Τα άλλα αδέρφια μου είχαν πάει στην πόλη για να συνεχίσουν τις σπουδές τους και να μάθουν και κάποια τέχνη, τα αγόρια, όπως και τα κορίτσια έμαθαν ραπτική».*

Φαινόμενο της εποχής ήταν τα παιδιά να ακολουθούν κάποια τέχνη, ενώ όσα έμεναν πίσω θεωρούνταν βέβαιο ότι θα βοηθούν στις χειρωνακτικές εργασίες.

Μας είπε επίσης ότι σε μικρή ηλικία παντρεύτηκε και έκανε οικογένεια, όπως συνηθιζόταν εκείνη την εποχή, αλλά και επειδή το ήθελε. Βέβαια, μας εκμυστηρεύτηκε και κάποιες δυσκολίες από θέματα υγείας που ακολούθησαν μετά.

*«Εγώ στα 17 μου γνώρισα τον άντρα μου και μετά από ένα χρόνο αρραβωνιαστήκαμε, στα 18 μου, παντρευτήκαμε και στα 19 μου, αποκτήσαμε τον γιό μας. Ο άντρας μου μετά από λίγο καιρό διαγνώστηκε με σκλήρυνση κατά πλάκας, ενώ εγώ ήμουν ήδη έγκυος στην κόρη μας.[...]».*

Από όσα γεγονότα μοιράστηκε μαζί μας και παρόλο που έχει περάσει αρκετές περιπέτειες με την υγεία του άντρα της και την δική της, μας έδειξε πως κατάφερε να τα αντιμετωπίσει όλα με αισιοδοξία και πίστη για το καλύτερο. Ακόμα, μας ανέφερε πως στα 29 της έμαθε οδήγηση και «αν και μεγάλη», χαρακτηριστικά όπως είπε, ήταν η πρώτη γυναίκα οδηγός στο χωριό της και το πήρε με μόλις 11 μαθήματα. Αυτό της έδωσε έπειτα την ευκαιρία να δουλέψει και αφού είχαν μεγαλώσει αρκετά τα παιδιά της.

*«Αφού πήρα το δίπλωμα και είχαν μεγαλώσει αρκετά τα παιδιά, άρχισα να δουλεύω σε Ίδρυμα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης ως γραμματέας κάποιων καθηγητών. Δούλευα εκεί*

*13 χρόνια, ενώ σταμάτησα να εργάζομαι γιατί είχα κάποια θέματα υγείας. Χρειάστηκε να κάνω κάποια χειρουργεία για όγκο στο κεφάλι, οπότε μετά δεν μπορούσα να συνεχίσω τη δουλειά».*

Αργότερα, μας είπε πως τα ψώνια του νοικοκυριού τα κάνει η ίδια όλα τα χρόνια, και ότι ψωνίζει από το χωριό κάποια πράγματα, ενώ τα περισσότερα κατεβαίνει στην πόλη για να τα βρει.

*«Αν χρειάζομαι κάτι το βρίσκω στο χωριό ή κάποιες φορές πηγαίνω στην πόλη για σουπερμάρκετ, τράπεζες και για τον λογαριασμό του τηλεφώνου. Σίγουρα ψωνίζω πολύ λιγότερα πράγματα από όταν ήμουν με τον σύζυγό μου και πιο αραιά».*

Στο σημείο αυτό φαίνονται οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι κάτοικοι της επαρχίας, μιας και πολλές φορές χρειάζονται να διανύσουν αρκετά χιλιόμετρα με σκοπό την κάλυψη των αναγκών τους.

Μετά, αναφερθήκαμε στο θέμα της πανδημίας και μας είπε πως αυτή δεν έχει βιώσει αυτήν την κατάσταση πολύ έντονα, καθώς για εκείνη δεν άλλαξε ιδιαίτερα κάτι στις συνήθειές της, ούτε έχασε την επικοινωνία με τους κοντινούς της ανθρώπους. και τα ψώνια της.

*«Εμένα προσωπικά δεν με επηρέασε καθόλου, γιατί στο χωριό που μένω, όπως πριν, συνέχισα να κάνω τα ίδια πράγματα. Δεν σταμάτησα να βγαίνω, ούτε έχασα την επαφή με την οικογένειά μου ή τα άτομα που είχα επικοινωνία. Ξέρω όμως κάποιους που μου είπαν ότι στερήθηκαν πολλά πράγματα από αυτά που έκαναν πριν».*

Παρατηρούμε ότι σύμφωνα με τα λόγια της συνεντευξιζόμενης, κατά κύριο λόγο η πανδημία έχει επηρεάσει λιγότερο τις μικρές – κλειστές κοινωνίες των χωριών, αλλά και τις συνήθειες των κατοίκων σε σχέση με τις πόλεις.

Ακόμα και για τις αγοραστικές της συνήθειες, μας είπε ότι δεν επηρεάστηκαν πολύ, απλά μειώθηκαν οι μετακινήσεις της στην πόλη και τα πράγματα στα απολύτως απαραίτητα.

*«Όπως είπα και προηγουμένως δεν είχα ανάγκη κάτι το οποίο δεν μπορούσα να βρω στα μέρη που ψωνίζα και πριν. Γι' αυτό και στην πανδημία δεν έκανα κάποια διαφορετική αγορά, αλλά σίγουρα μείωσα τις εξόδους μου στην πόλη και περίορισα τα ψώνια στα απαραίτητα. Ήθελα να προλαβαίνω να πάω σε όλα τα μέρη που χρειάζονται όπως τράπεζα, φαρμακείο κτλ., παίρνοντας όσα πράγματα χρειάζονται, και για να μην*

*χρειάζεται να κατέβω άλλη μέρα. Δηλαδή τώρα μπορεί να κατέβω μία φορά τον μήνα στην πόλη».*

Παρατηρούμε ότι όπως οι περισσότεροι κάτοικοι της χώρας μας η συνομιλήτριά μας προσπάθησε να μειώσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις μετακινήσεις της κατά την περίοδο της πανδημίας, περιορίζοντας τη μετάβασή της σε καταστήματα και υπηρεσίες της πόλης.

Έπειτα, την ρωτήσαμε να μας πει ποια είναι η σχέση της με την τεχνολογία. Αυτό που μας είπε είναι ότι δεν ασχολείται σχεδόν καθόλου διότι πιστεύει ότι δεν το χρειάζεται.

*«Με την τεχνολογία δεν ασχολούμαι πολύ, μόνο τα αναγκαία ξέρω. Δηλαδή, έχω το σταθερό τηλέφωνο στο σπίτι και ένα κινητό με κουμπιά για να με βρίσκουν όταν είμαι έξω. Με τον υπολογιστή και το ίντερνετ δεν έχω ασχοληθεί ποτέ, ούτε πιστεύω ότι το χρειάζομαι γι' αυτό και δεν έχω».*

Βλέπουμε ότι η νοοτροπία της, έχει επηρεαστεί από τα παλαιότερα βιώματά της στο χωριό, καθώς πιστεύει ότι δεν χρειάζεται περισσότερη επαφή με την τεχνολογία.

Εύλογα μας δημιουργήθηκε η απορία, γιατί δεν είχε προσπαθήσει να χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο ποτέ, αφού θα μπορούσε να κάνει κάποια πληρωμή ή άλλη συναλλαγή, ηλεκτρονικά και πολύ πιο γρήγορα. Έτσι, μας απάντησε ότι το διαδίκτυο μπορεί να εξυπηρετεί πολλούς ανθρώπους, κυρίως τους νέους, αλλά η ίδια δεν ήθελε να το μάθει και δεν προσπάθησε.

*«Δεν το έχω χρησιμοποιήσει ποτέ, ξέρω πως πολλοί το χρησιμοποιούν για όσα είπατε, κυρίως οι νέοι και τους διευκολύνει αρκετά, αλλά εγώ δεν ήθελα ποτέ να το δοκιμάσω, οπότε ούτε είπα σε κάποιον να μου δείξει να το χρησιμοποιώ».*

Ενώ η ίδια φαίνεται να γνωρίζει τις ανέσεις που μπορεί να της προσφέρει το Internet και οι νέες τεχνολογίες, εμμένει στην άποψή ότι δεν της είναι απαραίτητο κι ότι δεν επιθυμεί να το γνωρίσει.

Στην επόμενη ερώτηση που της κάναμε, για το αν τώρα μέσα στην πανδημία που τα περισσότερα καταστήματα παρέμειναν κλειστά, για μεγάλο χρονικό διάστημα, προσπάθησε να κάνει κάποια αγορά, μας απάντησε πως δεν το σκέφτηκε καθόλου. Μας είπε πως έχει μάθει να πραγματοποιεί διαφορετικά τις αγορές της και γι' αυτό και δεν το σκέφτηκε ως επιλογή.

*«Η αλήθεια είναι πως δεν το σκέφτηκα καθόλου, δηλαδή ότι αν ήθελα κάτι που δεν θα μπορούσα να βρω, να το πάρω από το διαδίκτυο».*

Το γεγονός ότι δεν έχει μάθει να κάνει τις αγορές της ηλεκτρονικά, την κάνει να αφηφά πλήρως το γεγονός ότι μπορεί να πραγματοποιήσει τις αγορές της με αυτό τον τρόπο.

*«Αρχικά, έχω μάθει να ψωνίζω διαφορετικά, δηλαδή για να αγοράσω κάτι πρέπει πρώτα να το δω. Για παράδειγμα αν είναι για ρούχα πρέπει να τα δοκιμάσω πρώτα και αφού είναι καλά να τα πάρω».*

Η κυρία Αγγελική, όπως και τα περισσότερα ηλικιωμένα άτομα, έχει τη νοοτροπία πως για να πραγματοποιήσει μια αγορά πρέπει πρώτα να έχει δει από κοντά το προϊόν. Επομένως της είναι δύσκολο να κάνει τα ψώνια της, βλέποντάς τα απλά σε μία φωτογραφία.

Επιπλέον, την ρωτήσαμε αν ο λόγος που δεν θα επέλεγε το διαδίκτυο ήταν για θέμα αξιοπιστίας. Δηλαδή ότι μπορεί το προϊόν που θα επέλεγε να μην είναι όπως θα το ήθελε ή ότι μπορεί να βγει ελλατωματικό. Έτσι, μας απάντησε πως παρόλο που δεν το είχε σκεφτεί, σίγουρα εμπιστεύεται καλύτερα κάτι όταν το βλέπει και μπορεί να το ελέγξει πριν το αγοράσει.

*«Να σας πω δεν το έχω σκεφτεί, αλλά ναι, αλλιώς είναι όταν κάτι μπορείς να το επεξεργαστείς πριν το αγοράσεις και αλλιώς να το πάρεις από μία εικόνα ή μία περιγραφή».*

Λίγο πριν κλείσουμε την συζήτησή μας με την κυρία Αγγελική, της ζητήσαμε να μας πει αν από όσα έχει ακούσει, μήπως κάποια στιγμή στο μέλλον θα σκεφτόταν να πραγματοποιήσει κάποια αγορά, ακόμα και με κάποια βοήθεια. Η ίδια μας είπε πως παρόλο που έχει ακούσει πολλά καλά λόγια, δεν θα το σκεφτεί ως επιλογή και θα περιμένει να τελειώσει η πανδημία για να επιστρέψει στις παλιές τις συνήθειες.

*«Ναι σίγουρα έχει εξυπηρετήσει πολύ κόσμο, ειδικά τώρα με την πανδημία, αλλά εγώ δεν νομίζω πως θα το χρησιμοποιήσω ποτέ, αφού ακόμα βρίσκω όσα χρειάζομαι, και τώρα που έχω μεγαλώσει δεν χρειάζομαι τόσα πολλά πράγματα».*

Η ίδια, παρόλο που φαίνεται να γνωρίζει τα θετικά του ηλεκτρονικού εμπορίου, θεωρεί πως λόγω ηλικίας μπορεί να αρκестεί στα απαραίτητα, καθώς και σε όσα μπορεί να βρει εύκολα στα καταστήματα της γειτονιάς ακόμα και την περίοδο της πανδημίας.

*«Όλα αυτά είναι πιο χρήσιμα για τους νέους, όμως ελπίζω σύντομα να τελειώσουν όλα και να γυρίσουμε στις παλιές μας συνήθειες».*

Κλείνοντας, παρόλο που η συνεντευξιαζόμενη υποστηρίζει ότι η ζωή της και οι αγοραστικές της συνήθειες δεν έχουν επηρεαστεί ιδιαίτερα, εύχεται να τελειώσει σύντομα η έκτακτη κατάσταση που έχει επιβάλλει η εμφάνιση του covid-19.

## 5.2 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Άννας

Τηλεφωνώντας στην Κυρία Άννα κι αφότου χαιρετηθήκαμε, της ζητήσαμε να μας πει λίγα λόγια για εκείνη, τη ζωή της. Η ίδια ακούστηκε να μας λέει:

*«Γεννήθηκα το 1948, τον Ιούνιο θα κλείσω τα 73. Τελείωσα το δημοτικό σχολείο και μετά βοηθούσα στο σπίτι την οικογένειά μου γιατί ήμουν το μοναδικό κορίτσι και είχα 5 αδελφούς που βοηθούσαν στα χωράφια. Πέραν των οικιακών, δεν έχω δουλέψει. Βλέπετε ήταν της εποχής τα κορίτσια να μένουν και να βοηθάνε στο σπίτι και έπειτα αφού παντρευτούν να ξέρουν να φροντίσουν την δική τους οικογένεια».*

Καταλαβαίνουμε πως η θέση της γυναίκας τα παλαιότερα χρόνια είναι πολύ διαφορετική σε σχέση με σήμερα. Τότε οι γυναίκες είχαν ως αποκλειστική ασχολία τους την φροντίδα των παιδιών και των οικιακών.

*«Τώρα παίρνω σύνταξη αγροτική, και από τον σύζυγό μου που ήταν γραμματέας στην κοινότητα του χωριού και για τέσσερα χρόνια αντιδήμαρχος στο δήμο. Πλέον είμαι χήρα,[...] μένω μαζί με τον μικρότερο γιο μου που είναι ανύπαντρος. Έχω τέσσερα παιδιά, δύο αγόρια και δύο κορίτσια, από τα οποία αποκτήσαμε και εννέα εγγόνια».*

Συνεχίζοντας, είπαμε στην συνεντευξιαζόμενη εάν θα ήθελε να μας πει, κατά πόσο η πανδημία έχει επηρεάσει τον τρόπο που κάνει τα ψώνια της, αλλά και εάν έχει αντιμετωπίσει δυσκολίες σχετικά τις αγορές της, εξαιτίας του covid 19.

*«Τώρα με την πανδημία έχει αλλάξει πολύ ο τρόπος που ψωνίζουμε. Η αλήθεια είναι πως έχουμε στερηθεί πολλά από τις παλιές μας συνήθειες. Παλιά μπορούσα να πηγαίνω μόνη μου, με το λεωφορείο, στην πόλη και να ψωνίζω ότι χρειάζομαι, να χαζεύω στα μαγαζιά και να διαλέγω μόνη μου αυτά που θα πάρω».*

Από τα λεγόμενα της, φαίνεται πως ο covid-19 έχει επηρεάσει ιδιαίτερα τις αγοραστικές της συνήθειες, καθώς πλέον δεν μπορεί να πηγαίνει δια ζώσης στα φυσικά καταστήματα.

*«Όσο για τις αγορές μου, σε ό,τι αφορά τρόφιμα, φάρμακα και τα σχετικά τα καταφέρνω. Βοηθούν και τα παιδιά μου σε ότι χρειάζομαι».*

Βλέπουμε πως στην συγκεκριμένη περίπτωση, η κυρία Άννα δέχεται τη βοήθεια των παιδιών της, όσο αναφορά την πραγματοποίηση τα αγорών της, μιας και με την πανδημία είναι αρκετά δύσκολο για τα άτομα της τρίτης ηλικίας να κάνουν τα ψώνια τους.

*«Ωστόσο, για να βρω κάποια ρούχα που ήθελα ήταν πολύ δύσκολα, εξαιτίας του ότι ήταν κλειστά τα καταστήματα. Τελικά, το είπα στην κόρη μου που μένει δίπλα και μου βρήκε αυτή, όταν άνοιξαν τα καταστήματα για ένα διάστημα».*

Παρατηρούμε ότι ακόμα και η κόρη της συνεντευξιζόμενης, όταν χρειάστηκε να αγοράσει για τη μητέρα της κάποια προϊόντα ένδυσης προτίμησε να περιμένει το άνοιγμα των φυσικών καταστημάτων και όχι να κάνει την αγορά της ηλεκτρονικά.

Επιπλέον της ζητήσαμε να μας πει λίγες πληροφορίες σχετικά με το ποια είναι η σχέση της με την τεχνολογία...

*«Με την τεχνολογία δεν ασχολούμαι καθόλου. Στο σπίτι εγώ έχω μόνο σταθερό τηλέφωνο για να μιλάω με τα παιδιά και τα αδέρφια μου. Ο γιός μου έχει βάλει και ίντερνετ, αλλά δεν το έχω χρησιμοποιήσει. Δεν νομίζω πως μπορώ, αλλά ούτε το χρειάστηκα ποτέ για να μάθω».*

Στο σημείο αυτό βλέπουμε τη διαφορά ως προς τη χρήση της τεχνολογίας ανάμεσα στις δυο γενιές, καθώς και ότι η συνομιλήτριά μας παρόλο που έχει Internet στο σπίτι της, εξαιτίας του γιού της, δεν ασχολείται με αυτό μιας και θεωρεί ότι δεν της χρειάζεται κι ότι δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις της χρήσης του.

*«Αν θελήσω όμως κάποια στιγμή κάτι, θα με βοηθήσουν τα παιδιά. Γνωρίζω πως αυτοί που το χρησιμοποιούν έχουν βοηθηθεί πολύ, να γλιτώνουν χρόνο από τα ψώνια τους, κάνουν πληρωμές... αλλά και πάλι, δεν νομίζω πως θα ασχολούμουν εγώ προσωπικά».*

Διακρίνουμε πως η κ. Άννα γνωρίζει τα οφέλη του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών αγορών. Ωστόσο ίσως να έχει επαναπαυθεί καθώς, αφού γνωρίζει ότι εάν χρειαστεί οτιδήποτε θα τη βοηθήσουν τα παιδιά της.

Επομένως, με βάση τα λόγια της, συμπεραίνουμε πως υπάρχουν και κάποιοι ηλικιωμένοι οι οποίοι δεν ξέρουν να χρησιμοποιούν την τεχνολογία, αλλά και τώρα εν μέσω πανδημίας δεν

πιστεύουν ότι θα τους βοηθούσε αν μάθουν, διότι έχουν συνηθίσει να πραγματοποιούν τις αγορές τους διαφορετικά.

Συνεχίζοντας τη συνομιλία μας, ρωτήσαμε την κυρία Άννα αν υπήρξε κάποιος άλλος τρόπος που πραγματοποίησε τις αγορές της, εκτός από αυτόν που ανέφερε προηγουμένως, ότι πήγαινε στην πόλη ή ότι της τα έφερναν σπίτι οι δικοί της άνθρωποι ότι χρειαζόταν. Η ίδια απάντησε:

*«Όπως σας είπα και πριν, αν ήταν κάτι ανάγκη με πήγαιναν τα παιδιά στην πόλη, σπάνια βέβαια. Τώρα, ό,τι χρειάζομαι το παίρνω κυρίως από τον μπακάλη του χωριού που μένω. Έχει γενικά τα πάντα πλέον και έτσι δεν χρειάζεται να πηγαίνω μακριά».*

Με βάση τα λεγόμενά της, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως εν μέσω της πανδημίας κάποια από τα συνοικιακά μαγαζιά αναγκάστηκαν να εμπλουτίσουν τα προϊόντα πώλησης τους, για να μπορούν να εξυπηρετούν τις ανάγκες των πελατών τους.

### **5.3 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Βασίλη**

Καλώντας τον κύριο Βασίλη στο τηλέφωνο, ακούσαμε έναν πολύ ευγενικό άντρα. Αφού χαιρετηθήκαμε, τον ευχαριστήσαμε και του ζητήσαμε να μας πει λίγα πράγματα για εκείνον και τη ζωή του, όπως για το ποια είναι η οικογενειακή του κατάσταση, ποιος κάνει τα ψώνια στο σπίτι κτλ. Εκείνος, από την γραμμή του τηλεφώνου, ακούστηκε να λέει:

*«Παρακαλώ! Ευχαρίστησή μου να βοηθήσω στην έρευνά σας. Έχω γεννηθεί το 1955 και τον Ιανουάριο έκλεισα τα 66. Έχω τελειώσει το δημοτικό σχολείο στο χωριό μου και μετά σπούδασα τεχνικός επίγειων μέσων στην Αθήνα. Δούλενα στην Ολυμπιακή Αεροπορία για αρκετά χρόνια και τώρα είμαι στη σύνταξη. Είμαι παντρεμένος και έχω δύο γιούς. Τα τελευταία χρόνια, ζω με τη γυναίκα μου αφού τα παιδιά μας είναι παντρεμένα και μένουν πλέον με τις δικές τους οικογένειες. Τα ψώνια του νοικοκυριού τα κάνουμε μαζί με την γυναίκα μου, συνήθως την πηγαίνω εγώ όπου θέλει, αφού τώρα λόγω σύνταξης έχω πολύ ελεύθερο χρόνο και εννοείτε βοηθάω σε ότι άλλο χρειαστεί...».*

Ο κ. Βασίλης διανύει τα πρώτα χρόνια της τρίτης ηλικίας και είναι ένας μορφωμένος άντρας με αρκετά διαφορετικές συνήθειες και αντιλήψεις σε σχέση με άλλους ηλικιωμένους.

Συνεχίζοντας του κάναμε κάποιες ερωτήσεις που αφορούσαν το πόσο τον έχει επηρεάσει η πανδημία τόσο στη ζωή του όσο και προς τις αγοραστικές του συνήθειες. Ο ίδιος απάντησε:



*«Με την πανδημία η αλήθεια είναι πως όλοι επηρεαστήκαμε πολύ. Χρειάστηκε να αφήσουμε πίσω μας πολλές από τις αγαπημένες μας συνήθειες, όπως οι βόλτες στο κέντρο της πόλης, στην παραλία ή ότι έπρεπε να στερηθούμε τα ταξίδια μας».*

Όπως φαίνεται ακόμα και για την Τρίτη ηλικία ο covid-19 στάθηκε εμπόδιο στις μετακινήσεις τους και στον τρόπο ψυχαγωγίας τους.

*«Ειδικά εμείς που έχουμε σε άλλη πόλη τα παιδιά μας, δυσκολευτήκαμε πολύ να προσαρμοστούμε στα νέα δεδομένα, που έπρεπε να μείνουμε μακριά από αυτά και τις εγγονούλες μας».*

Σύμφωνα με τα παραπάνω λόγια του συνεντευξιαζόμενου, συμπεραίνουμε πως η πανδημία υπήρξε η αιτία οι ηλικιωμένοι να αναγκαστούν να αποχωριστούν από τα υπόλοιπα αγαπημένα μέλη της οικογένειάς τους. Κάτι το οποίο τους στοίχισε συναισθηματικά και ψυχικά.

*«Όσο αναφορά τις αγοραστικές μας συνήθειες, σίγουρα άλλαξαν πολλά πράγματα κατά την διάρκεια της πανδημίας και ακόμα δηλαδή...Αρχικά, με το κλείσιμο των φυσικών καταστημάτων, πολλές μικρές επιχειρήσεις που χρειάστηκε να παραμείνουν κλειστές για μεγάλο χρονικό διάστημα, αντιμετώπισαν πολλά προβλήματα, αλλά δυσκόλεψαν και τις δικές μας αγορές».*

Από τα λεγόμενα του κ. Βασίλη, βλέπουμε πως, έχει επηρεαστεί ως αγοραστικό κοινό, όπως και οι περισσότεροι ηλικιωμένοι. Παρόλα αυτά διακρίνουμε την ενσυναίσθηση που τον διακατέχει καθώς μας επισημαίνει πως εκτός από τους αγοραστές έχουν πληγεί και τα μικρά συννοικιακά καταστήματα.

*«Βλέπετε, είχαμε συνηθίσει να βρίσκουμε στα καταστήματα κάποια συγκεκριμένα πράγματα τα οποία δεν γινόταν να τα βρούμε αλλού ή απλά για θέματα αξιοπιστίας προτιμούσαμε να ψωνίζουμε από εκεί. Σίγουρα όμως υπήρχαν και άλλες λύσεις για να βρούμε αυτά που θέλαμε αλλά δεν θα ήταν η πρώτη μας επιλογή».*

Παρατηρούμε ότι ο συνεντευξιαζόμενος προτιμά να στηρίζει τα τοπικά καταστήματα, καθώς τα θεωρεί αξιόπιστα, ακόμη κι αν γνωρίζει ότι μπορεί να κάνει τις αγορές του ευκολότερα και με άλλους τρόπους.

Ακολούθησε η ερώτηση για το ποια είναι η σχέση του με την τεχνολογία...

*«Η σχέση μου με την τεχνολογία νομίζω είναι καλή, έχω αρκετά χρόνια που ασχολούμαι, και φυσικά συνεχίζω να μαθαίνω κάθε φορά που το χρησιμοποιώ ή από αυτά που μου*

*λένε και τα παιδιά μου. Επίσης, στο σπίτι έχουμε ίντερνετ, το οποίο χρησιμοποιούμε τόσο εγώ όσο και η γυναίκα μου είτε από τον υπολογιστή ή το tablet, είτε και από τα κινητά μας τηλέφωνα».*

Ο συγκεκριμένος ηλικιωμένος καθώς και η σύζυγός του φαίνεται να ανήκουν σε εκείνα τα άτομα της τρίτης ηλικίας που έχουν συσκευές οι οποίες μπορούν να συνδεθούν στο Internet αλλά και που είναι αρκετά εξοικειωμένα με τη χρήση του τελευταίου.

Έπειτα, ζητήσαμε από τον συνεντευξιαζόμενο να μας αποκαλύψει εάν έκανε – κάνει αγορές πριν ή εν μέσω του covid 19, αντίστοιχα. Τα λόγια του ήταν:

*«Πριν την πανδημία χρησιμοποιούσα πολύ σπάνια το διαδίκτυο για να κάνω αγορές, γιατί μπορούσα να βρω τα περισσότερα στα φυσικά καταστήματα. Αυτά που είχα αγοράσει ήταν κάποια ηλεκτρονικά που ήταν σε καλύτερη τιμή από ότι στο κατάστημα, αλλά και για εξοικονόμηση χρόνου από το ψάξιμο στα μαγαζιά».*

Ο ίδιος φαίνεται να χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο και πριν την πανδημία εκτιμώντας τις παροχές των ηλεκτρονικών αγορών, που δεν ήταν άλλες από την εξοικονόμηση χρόνου και χρημάτων.

*«Πλέον με τον ιό, χρησιμοποιώ αρκετά το διαδίκτυο για αγορές. Στην αρχή της πανδημίας δυσκολεύομασταν να βρούμε όλα όσα χρειαζόμασταν από τα σουπερμάρκετ, ως τα μόνα διαθέσιμα για ένα διάστημα, οπότε χρειάστηκε να περιμένουμε πότε θα ανοίξουν τα καταστήματα ή να παραγγείλουμε από το διαδίκτυο».*

Βλέπουμε ότι κι εδώ ο συνομιλητής μας ανήκε στην κατηγορία καταναλωτών που κατά τη διάρκεια του αυστηρού εγκλεισμού περίμεναν να ανοίξουν τα φυσικά καταστήματα για την πραγματοποίηση των αγορών τους. Ενώ αργότερα για τη διευκόλυνση και την καλύτερη εξυπηρέτησή του στράφηκε στις ηλεκτρονικές αγορές.

Με γνώμονα την παραπάνω απάντησή του, προχωρήσαμε τη συνέντευξη ρωτώντας τον εάν έχει αντιμετωπίσει προβλήματα με τις μέχρι τώρα διαδικτυακές αγορές του.

*«Μέχρι στιγμής δεν έχω αντιμετωπίσει προβλήματα, εκτός από την ταλαιπωρία με τους μεταφορείς, που μπορεί να μην είναι αρκετά συνεννοήσιμοι και ότι μπορεί να καθυστερήσουν πολύ την παραγγελία. Γενικά νομίζω πως η διαδικασία των ηλεκτρονικών αγορών δεν είναι δύσκολη, αλλά κάποιες φορές, χρονοβόρα. Βέβαια, πιστεύω πως με λίγη εξάσκηση όλα γίνονται πιο εύκολα».*

Στο σημείο αυτό, καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως ο κ. Βασίλης, όπως και αρκετοί καταναλωτές που επιλέγουν να κάνουν τις αγορές τους ηλεκτρονικά έχουν βρεθεί αντιμέτωποι με τις καθυστερήσεις των μεταφορικών εταιριών, λόγω φόρτου εργασίας. Γεγονός που απωθεί, μερικές φορές, τα άτομα από το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σύμφωνα με τον κύριο Βασίλη, πλέον το διαδίκτυο το χρησιμοποιεί τόσο για να κάνει τις αγορές του όσο και τις συναλλαγές του.

*«Το διαδίκτυο τώρα το χρησιμοποιώ πολύ πιο συχνά από πριν, για να κάνω πληρωμές λογαριασμών και για να αγοράσω αν είναι κάτι αναγκαίο, που δεν μπορώ να βρω στα διαθέσιμα καταστήματα».*

Φαίνεται ξεκάθαρα ότι ακόμα και κάποιοι ηλικιωμένοι, εν καιρώ πανδημίας επιλέγουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο τόσο για τις πληρωμές, όσο και για ορισμένες από τις αγορές τους.

Επιπλέον, εκείνος μας εμπιστεύτηκε, πως παρά το γεγονός, ότι θεωρεί τις αγορές μέσω internet αξιόπιστες, κατά την πανδημία τις βασικές του αγορές – συναλλαγές τις έκανε χωρίς αυτό. Πιο συγκεκριμένα ο ίδιος ανέφερε:

*«Πιστεύω πως το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι αρκετά αξιόπιστο, γιατί από τις αγορές που έχω κάνει εγώ, έχω μείνει ευχαριστημένος. Βεβαίως, γνωρίζω ότι υπάρχουν και περιπτώσεις με αναξιόπιστες ιστοσελίδες, που μπορεί να μην είναι ασφαλές και να αντιμετωπίσεις πολλά προβλήματα, όπως να καθυστερούν να σου απαντήσουν για την παραγγελία, να μην το στέλνουν στην ώρα του, να μην είναι όπως φαινόταν στις εικόνες ή την περιγραφή και άλλα».*

Ο κ. Βασίλης αναγνωρίζει εκτός από τη θετική πλευρά του διαδικτύου και την αρνητική του, καθώς δεν είναι λίγες οι φορές που γνωστοί του ήρθαν αντιμέτωποι με ιστοσελίδες που υστερούσαν σε εξυπηρέτηση και αξιοπιστία.

*«Ωστόσο, σε γενικές γραμμές το θεωρώ αρκετά αξιόπιστο. Εννοείται, όμως, ότι για τις αγορές - συναλλαγές μου κατά την διάρκεια του Covid-19, εκτός από τις φορές που χρειάστηκε να αγοράσω από το διαδίκτυο, πήγαινα κυρίως στα σουπερμάρκετ και σπάνια στην τράπεζα».*

Παρόλο που ο ίδιος ανήκει στους ανθρώπους τρίτης ηλικίας με σύγχρονο τρόπο σκέψης, προτιμάει κατά κύριο λόγο να κάνει τις αγορές - συναλλαγές του «παραδοσιακά» δια ζώσης και όχι τόσο ηλεκτρονικά.

Λίγο πριν κλείσουμε το τηλέφωνο, αναφερθήκαμε στην χρησιμότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου και στον αν ο κύριος Βασίλης θα συνεχίσει τις ηλεκτρονικές του αγορές και μετά την πανδημία. Εκείνος μας είπε:

*«Σίγουρα το ψηφιακό εμπόριο είναι πολύ χρήσιμο, ειδικά κατά την διάρκεια του Covid-19 που διανύουμε, κυρίως για την αποφυγή του συνωστισμού στα καταστήματα και για την γρήγορη εξυπηρέτηση στις αγορές μας».*

Συνοψίζοντας μας ανέφερε πως θεωρεί αρκετά χρήσιμη την παρουσία του ηλεκτρονικού εμπορίου, εν μέσω της πανδημίας, καθώς εκτός από την εξοικονόμηση χρόνου που προσφέρουν οι ψηφιακές αγορές, αποφεύγεται και ο συνωστισμός.

*«Θα συνέχιζα τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και μετά την πανδημία. Πιστεύω πλέον μας έχει γίνει απαραίτητο, είναι μια νέα συνήθεια που μάλλον ήρθε για να μείνει».*

Κλείνοντας φαίνεται πως ο κ. Βασίλης είναι αρκετά ευχαριστημένος από τις αγορές στο διαδίκτυο καθώς μας εκφράζει, πως έχοντας πια αρκετές γνώσεις γύρω από τον ηλεκτρονικό κόσμο, θα συνεχίσει να ψωνίζει μέσω internet και μετά το τέλος της πανδημίας.

#### **5.4 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Γεωργίας**

Η κυρία Γεωργία είναι μία γυναίκα 75 ετών που κατοικεί στη Θεσσαλονίκη μαζί με την οικογένειά της κόρης της εδώ και 5 χρόνια. Είναι συνταξιούχος δασκάλα και ο τρόπος που μιλάει και επικοινωνεί μαζί μας, δίνει την εντύπωση μιας νεότατης και με μοντέρνες ιδέες γυναίκας. Τα χρόνια που συγκατοικεί με την κόρη της, έχει αναλάβει ένα μεγάλο μέρος της φροντίδας του σπιτιού, αλλά όχι και τα ψώνια του νοικοκυριού.

*«Το μεγαλύτερο βάρος για τα ψώνια του σπιτιού πέφτει στην κόρη μου, εκτός από κάποιες φορές που είτε εκείνη δεν προλαβαίνει, είτε επειδή χρειάζομαι κάτι άμεσα και εκείνη τη στιγμή είναι στη δουλειά ή εκτός οικίας για κάποια υποχρέωση της».*

Στη συνέχεια μας τονίζει το πόσο πολύ τη φροντίζουν τα παιδιά της, ειδικά τώρα που ήρθε στη ζωή μας ο covid 19, αλλά και πόσο τυχερή νιώθει που παρά του υποχρεωτικού εγκλεισμού, έχει τη χαρά να βλέπει την οικογένειά της, εξαιτίας της συγκατοίκησης.

*«Νιώθω ευγνώμων που ζω με την κόρη μου και την οικογένειά της καθώς με φροντίζουν και με προσέχουν ιδιαιτέρως, ειδικά σε αυτήν την κρίσιμη περίοδο της πανδημίας. Με*

*αυτή μας την συγκατοίκηση, έχω την πλέον «πολυτέλεια» του να μπορώ να επικοινωνώ και να βλέπω τα μέλη της οικογένειάς μου καθημερινά».*

Η κυρία Γεωργία ανήκει σε εκείνη τη μερίδα των ηλικιωμένων που έχουν την τύχη να συμβιώνουν με άλλα μέλη της οικογένειάς τους και με αυτό τον τρόπο να μη νιώθουν το έντονο συναίσθημα της μοναξιάς που νιώθουν άλλοι συνομήλικοί τους, λόγω της πανδημίας. Ωστόσο η ίδια φαίνεται να γνωρίζει ηλικιωμένα άτομα που βιώνουν το αίσθημα απομόνωσης λόγω του covid-19, όπως μας αναφέρει παρακάτω.

*«Γνωρίζω συνομήλικούς μου, που εξαιτίας του ιού και του εγκλεισμού δεν μπορούν να δουν τα παιδιά και τα εγγόνια τους, είτε γιατί μένουν σε διαφορετικό νομό, είτε γιατί έχουν σοβαρά προβλήματα υγείας και αποφεύγουν την επαφή με άλλα άτομα.[...]. Πρέπει να είμαστε πολύ προσεκτικοί όλοι. Κάθε φορά που θα βγω έξω, όχι πολύ συχνά, θα φορέσω τη μάσκα και τα γάντια μου για να μην έρθω σε άμεση επαφή με τον ιό, όσο αυτό γίνεται και εννοείται θα έχω πάντα μαζί μου την κατάλληλη βεβαίωση μετακίνησης».*

Η συνεντευξιαζόμενη βλέπουμε ότι γνωρίζει και τηρεί όλα τα απαραίτητα μέτρα προστασίας για την ατομική και κοινωνική προστασία, καθώς επίσης αποτελεί ένα νομοταγή που πολίτη.

Η κυρία Γεωργία και η οικογένειά της ανήκουν στην κατηγορία των πολιτών που κάνουν τις περισσότερες αγορές τους εξ' αποστάσεως λόγω πανδημίας, όπως χαρακτηριστικά μας λέει:

*«Η πανδημία που πλήττει αυτή τη στιγμή τη χώρα μας, έχει αλλάξει τις αγοραστικές μας συνήθειες, αφού σχεδόν όλες τις αγορές μας, ακόμα και το σουπερμάρκετ, τις κάνουμε εξ' αποστάσεως».*

Η οικογένεια της κυρίας Γεωργίας, όπως και πολλές οικογένειες σήμερα έχουν καταφύγει στις ηλεκτρονικές αγορές, μιας και αυτός ο τρόπος αγορών αποτελεί τον πιο ασφαλή εν μέσω την πανδημίας.

*«Για μένα και την κόρη μου τα ψώνια στο σουπερμάρκετ ήταν σχεδόν καθημερινή υπόθεση. Για αυτό ευθύνεται πως καμιά μας δεν έφτιαξε ποτέ λίστα, όλο κάτι ξεχνούσαμε. Έτσι κι αλλιώς, δεν είχαμε τον φόβο μην κολλήσουμε κάτι, οπότε πηγαίναμε συνέχεια για ένα-δύο πράγματα».*

Στο σημείο αυτό παρατηρούμε ότι δεν έχει αλλάξει μόνο η μέθοδος αγορών. Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε πως οι περισσότερες οικογένειες, όπως και αυτή της συνομιλήτριάς μας, έχουν

περιορίσει τη συχνότητα των αγορών τους με σκοπό να περιορίσουν τις μετακινήσεις τους. Έτσι βγαίνουν έξω μόνο όταν η ανάγκη τους για ψώνια είναι μεγάλη.

*«Τώρα, αφιερώνουμε κάποιο χρόνο στο να διαλέξουμε τα προϊόντα από την ιστοσελίδα του καταστήματος, ευχόμαστε να μην έχουμε ξεχάσει κάτι για όλη την εβδομάδα και επιλέγουμε επιθυμητή μέρα και ώρα αποστολής. Νιώθω λίγο αμήχανα όταν τα παιδιά από το σουπερμάρκετ μου κουβαλάνε τα ψώνια από το φορτηγάκι μέχρι την πόρτα».*

Παρατηρούμε ότι η νέα μέθοδος αγορών έχει επιβαρύνει τους καταναλωτές με ένα επιπλέον άγχος, καθώς οι συχνές μετακινήσεις, ακόμα και σε καταστήματα με είδη πρώτης ανάγκης, επιφέρουν μεγαλύτερο κίνδυνο για την υγεία τους.

Στο σπίτι που διαμένει φυσικά και υπάρχει σύνδεση στο διαδίκτυο, μιας και για τα νέα παιδιά αυτό είναι απαραίτητο. Άλλωστε τα εγγόνια της παρακολουθούν τα μαθήματά τους ηλεκτρονικά. Η ίδια αναφέρθηκε σε αυτό ως πρώην εκπαιδευτικός και μας είπε:

*«Οι δάσκαλοι κάνουν φιλότιμες προσπάθειες να μεταλαμπαδεύσουν τις γνώσεις τους στα παιδιά με αυτό τον τρόπο όμως και για τα παιδιά αυτό είναι κουραστικό».*

Η ίδια φαίνεται να γνωρίζει καλά τις αλλαγές που έχει επιφέρει η πανδημία όχι μόνο στις δικές της καθημερινές συνήθειες, αλλά σε ολόκληρη την κοινωνία. Γεγονός που δείχνει ότι πρόκειται για ένα ενημερωμένο και ενεργό άτομο.

Στη συνέχεια μας εμπιστεύτηκε ότι εκείνη έχει το δικό της tablet και κινητό για να ενημερώνεται και να επικοινωνεί με τις φίλες της μέσω Viber.

*«Εδώ και κάποια χρόνια χρησιμοποιώ κινητό που έχει πρόσβαση στη Internet. Μάλιστα, πριν από 2 χρόνια η κόρη μου, μου πήρε δώρο ένα tablet».*

Φαίνεται τα νεότερα μέλη της οικογένειας να προωθούν στα άτομα της τρίτης ηλικίας το διαδίκτυο και την τεχνολογία.

*«Τόσο το κινητό όσο και το tablet τα χρησιμοποιώ για να ενημερώνομαι για την επικαιρότητα, αλλά κυρίως για να επικοινωνώ μέσω viber με τις φίλες μου. Όλη αυτή την περίοδο του εγκλεισμού, που οι επαφές μας είναι περιορισμένες, η χρήση του viber ήταν μια παρηγοριά για εμένα και τις φίλες μου».*

Σύμφωνα με την κυρία Γεωργία, η ίδια χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με σκοπό την ενημέρωση και την επικοινωνία. Αν και πρωτόγνωρο για εκείνη, πλέον συνομιλεί και μαθαίνει τα νέα από

το φιλικό της περιβάλλον μέσω διαδικτύου, μιας και η πανδημία δεν επιτρέπει την άμεση επαφή.

*«Πριν έρθει στη ζωή μας ο covid είχα την παρέα μου και στον ελεύθερο χρόνο μας βρισκόμασταν και συζητούσαμε πίνοντας τον καφέ μας. Τώρα φτιάχνω τον καφέ μου, παίρνω το tablet μου και συνομιλώ με όσες φίλες μου έχουν σύνδεση στο διαδίκτυο, μέσω μιας οθόνης. Λίγο στενάχωρο αν το καλοσκεφτείς».*

Φαίνεται πως η πανδημία έχει αλλάξει ακόμα και κάποιες μικρές καθημερινές απολαύσεις της τρίτης ηλικίας. Επίσης σύμφωνα με τα λεγόμενα της ίδιας γίνεται κατανοητό πως για πολλούς ηλικιωμένους που δεν χρησιμοποιούν το διαδίκτυο ακόμα και η επικοινωνία είναι δυσκολότερη με αποτέλεσμα να νιώθουν απομονωμένοι.

Εν συνεχεία, όπως μας λέει, στο σπίτι τους χρησιμοποιούσαν το ηλεκτρονικό εμπόριο και πριν την πανδημία αλλά όχι σε τόσο μεγάλο βαθμό. Αυτό το έκαναν η κόρη της και τα εγγόνια της, όχι εκείνη. Μιας και όσοι συμβιώνουν μαζί της είναι απόλυτα εξοικειωμένοι με τις διαδικτυακές αγορές και πλέον χρησιμοποιούν μόνο αυτές.

*«Εγώ δεν έχω ασχοληθεί πολύ με τις διαδικτυακές αγορές, αφού για οτιδήποτε χρειαστώ φροντίζουν η κόρη μου και τα εγγόνια μου. Τους λέω τι να μου ψωνίσουν και ολοκληρώνουν την αγορά για μένα. Πιστεύω ότι δεν θα είναι κάτι δύσκολο, απλά δεν έχω ασχοληθεί με αυτό γιατί το κάνουν άλλοι για μένα»,* μας λέει γελώντας.

Καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως τόσο η συνεντευξιζόμενη μας όσο και μία μεγάλη μερίδα ηλικιωμένων που διαμένουν με άλλα νεότερα μέλη της οικογένειας έχουν επαναπαυθεί, αφού ξέρουν ότι για ό,τι χρειαστούν θα τους βοηθήσουν οι νεότεροι. Έτσι σε αυτούς τους ηλικιωμένους δεν γεννάται το ενδιαφέρον και η ανάγκη για εκμάθηση του τρόπου ηλεκτρονικών αγορών.

*«Μία φορά μόνο που έλειπαν όλοι από το σπίτι χρειάστηκα ένα φάρμακο, που μόλις ανακάλυψα ότι μου είχε τελειώσει. Έτσι, αναγκάστηκα να τηλεφωνήσω στο φαρμακείο, που συνήθως ψωνίζω και ας είναι καλά τα παιδιά με εξυπηρέτησαν άμεσα φέρνοντας το φάρμακό μου στο σπίτι».*

Στο σημείο αυτό, γίνεται αντιληπτό πως όσοι ηλικιωμένοι ζούσαν μόνοι τους, χωρίς τη βοήθεια από κάποιο άτομο του οικογενειακού τους περιβάλλοντος, εν μέσω της πανδημίας και της καραντίνας, ήρθαν σε δύσκολη θέση καθώς δεν μπορούσαν να προμηθευτούν ακόμα και τα

απαραίτητα. Ωστόσο φαίνεται πως κάποια άτομα της τρίτης ηλικίας εξυπηρετήθηκαν από τα καταστήματα της γειτονιάς τους, με διανομή κατ' οίκων.

Συνεχίζοντας μας παρέθεσε τις απόψεις της για το πόσο σημαντικό είναι το ψηφιακό εμπόριο στις μέρες μας και όχι μόνο.

*«Το ψηφιακό εμπόριο εννοείται είναι πολύ σημαντικό για τη δύσκολη αυτή περίοδο που διανύουμε, αλλά και όχι μόνο, ειδικά όμως τώρα που δεν έχουμε άλλη επιλογή για ασφαλείς αγορές είναι ακόμα πιο σημαντικό, αφού έχουμε ότι θελήσουμε στην ασφάλεια του σπιτιού μας, σε απόλυτα ικανοποιητικό χρόνο».*

Ενώ τις ηλεκτρονικές αγορές για την κυρία Γεωργία τις κάνουν άλλοι, φαίνεται να ανήκει στα άτομα που έχουν εκτιμήσει τη σπουδαιότητα και την αξία του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Η άποψή της, όμως, είναι ότι μετά το πέρας πανδημίας πρέπει αυτό να σταματήσει ως ένα βαθμό και να στηριχθούν συνοικιακές επιχειρήσεις που τόσο έχουν πληγεί.

*«Ένα συγγενικό μου πρόσωπο κρατάει με νύχια και με δόντια μία μικρή οικογενειακή επιχείρηση. Θέλει πέντε χρόνια για να βγει σε σύνταξη. Όπως καταλαβαίνετε για αυτόν τον άνθρωπο δεν είναι τόσο εύκολο να δημιουργήσει ηλεκτρονικό κατάστημα. Αν αυτό τον άνθρωπο δεν το στηρίζουμε, όταν με το καλό ανοίξουν επιτέλους τα καταστήματα, πώς θα επιβιώσει;»*

Φαίνεται πως η ίδια όπως και πολλά άτομα της ίδιας ηλικιακής κατηγορίας είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένα και προβληματίζονται για τους επαγγελματίες εκείνους που δεν έχουν καταφέρει να δημιουργήσουν κάποια ηλεκτρονική σελίδα αγορών και είναι ιδιαίτερα δύσκολος ο βιοπορισμός τους. Παράλληλα, βλέπουμε τον πιο παραδοσιακό τρόπο σκέψης που έχουν τα ηλικιωμένα άτομα, μιας και περιμένουν να ανοίξουν τα φυσικά καταστήματα ώστε να στραφούν αγοραστικά σε αυτά, εξολοκλήρου και με το συγκεκριμένο τρόπο να βοηθήσουν τους συγκεκριμένους καταστηματάρχες.

## **5.5 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Γιαννούλας**

Τηλεφωνώντας στην κυρία Γιαννούλα καταλάβαμε αμέσως πως θα συνομιλούσαμε με μια ιδιαίτερα ευγενική και καλοσυνάτη παρουσία. Αυτό φάνηκε καθώς αφού χαιρετηθήκαμε και



την ευχαριστήσαμε που δέχτηκε να συμμετάσχει στην έρευνά μας, ακούστηκε η ίδια πολύ πρόσχαρα να λέει: «δική μου η ευχαρίστηση!».

Παίρνοντας θάρρος από αυτή της την αντίδραση, ξεκινήσαμε τη συνέντευξη ρωτώντας την αν θέλει να μας πει λίγα πράγματα για τον εαυτό της...

*«Γεννήθηκα 2 Φεβρουαρίου του 1936 και έχω κλείσει τα 85. Όσο αναφορά τη εκπαίδευση που έχω λάβει, έχω κάνει μόνο δύο τάξεις του δημοτικού γιατί εκείνη την εποχή δεν συνηθιζόταν τα κορίτσια να σπουδάζουν, αλλά να μένουν στο σπίτι και να βοηθούν με τις δουλειές. Βέβαια, αργότερα πήγα, μαζί με τις δυο μου αδελφές, και έμαθα ραπτική για να γνωρίζω μία τέχνη».*

Για ακόμα μια φορά διακρίνουμε τη νοοτροπία των παλαιότερων χρόνων όπου τα παιδιά και ιδιαίτερα τα κορίτσια, τα υποχρέωναν να σταματήσουν ακόμα και τη στοιχειώδη εκπαίδευση που προσφέρουν οι τάξεις του δημοτικού, για να βοηθήσουν στις δουλειές του νοικοκυριού. Αργότερα κάποια παιδιά τα προωθούν να μάθουν κάποια τέχνη η οποία θα τους φανεί χρήσιμη κατά τη διάρκεια της ζωής τους.

*«Πλέον είμαι στη σύνταξη, αλλά όταν ήμουν 21 χρονών έφυγα για δουλειά στην Αυστραλία που ήταν ο άντρας μου. Τον γνώριζα από το χωριό, αλλά παντρευτήκαμε μετά από λίγο καιρό που ήμασταν εκεί. Ήταν πολύ δύσκολα εκείνη την εποχή και είχαν φύγει πολλοί από το χωριό μας την ίδια περίοδο για το εξωτερικό. Όταν πήγαμε εκεί χρειάστηκε να κάνουμε πολλές δουλειές για να επιβιώσουμε. Δεν βρήκα αμέσως δηλαδή δουλειά ως μωδίστρα. Μετά από λίγο καιρό βρήκα δουλειά σε ένα εργοστάσιο, [...]. Εκεί, δούλεψα για λίγο μιας και αργότερα μπορούσα να δουλεύω σε αυτό από το σπίτι. Αργότερα, επειδή είχα τρία παιδιά που ήταν πολύ μικρά ακόμα, άφησα αυτήν τη δουλειά και άνοιξα μπροστά από το σπίτι μας, ένα Mini Market, ενώ παράλληλα φύλαγα και κάποια παιδιά ακόμα. Αργότερα που μεγάλωσαν τα παιδιά προσπαθήσαμε πολλές φορές να επιστρέψουμε πίσω Ελλάδα, που έχουμε φτιάξει σπίτι, αλλά δεν τα καταφέραμε. Τελικά, επιστρέψαμε στην Ελλάδα, για μόνιμα, όταν παντρεύσαμε το μικρό μας γιό. Φτάνοντας στο σήμερα, είμαι χήρα, έχω τρία παιδιά και έξι όμορφα εγγόνια που λατρεύω. Τα τελευταία χρόνια ζω με τον μικρό μου γιό και την οικογένειά του».*

Έπειτα από τις πληροφορίες που μας έδωσε η κυρία Γιαννούλα σχετικά με τη ζωή της και πλησιάζοντας το σκοπό της συζήτησης – συνέντευξής μας, της ζητήσαμε να μας πει εάν κάνει

εκείνη τα ψώνια του νοικοκυριού αλλά και εάν έχει επηρεαστεί ο τρόπος με τον οποίο πραγματοποιεί τις αγορές της, τώρα με τον covid 19.

*«Τα ψώνια στο σπίτι τα έκανα εγώ και τα παιδιά, αλλά τώρα που δεν μπορώ βοηθάνε περισσότερο τα παιδιά».*

Η συνεντευξιαζόμενη φαίνεται ότι δεν είναι εξοικειωμένη με τις νέες συνθήκες που έχει επιφέρει ο covid-19 ως προς τις αγορές, με αποτέλεσμα να αδυνατεί να πραγματοποιήσει εξ ολοκλήρου τα ψώνια της και να αποζητά όλο και περισσότερο τη βοήθεια των παιδιών της.

*«Η αλήθεια είναι, πως μας έχει επηρεάσει πολύ η πανδημία και σε ψυχολογικό επίπεδο αλλά και για τις αγορές μας. Πριν την πανδημία, μπορούσαμε να πάμε πιο εύκολα στα μαγαζιά για να αγοράσουμε αυτά που χρειαζόμασταν ή απλά να πάμε μία βόλτα εκτός σπιτιού. Όλα αυτά τώρα είναι πολύ δύσκολα. Τώρα, όσες αγορές κάνουμε είναι πολύ περιορισμένες και μόνο για τα αναγκαία».*

Από όσα μας αναφέρει η ίδια παραπάνω, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η πανδημία την έχει επηρεάσει, όπως και πολλά άτομα, όχι μόνο ως προς τις αγορές και τις συνήθειες της, αλλά και ως προς την ψυχολογία της.

Στη συνέχεια, ακολούθησαν μερικές ερωτήσεις που αφορούσαν την τεχνολογία, το διαδίκτυο, τις ηλεκτρονικές αγορές και τη σχέση της συνομιλήτριάς μας με αυτά. Η ίδια αποκρίθηκε:

*«Εκτός από το σταθερό τηλέφωνο, έχω ένα κινητό που μου έχουν δώσει τα παιδιά μου, για να με βρίσκουν. Επίσης, στο σπίτι έχουμε και internet αλλά δεν ξέρω να το χρησιμοποιώ. Μόνο κάποιες φορές με βάζουν να μιλάω στο skype με τα παιδιά και τα εγγόνια μου που είναι στην Αυστραλία».*

Από όσα μας λέει καταλαβαίνουμε πως ανήκει σε εκείνη τη μερίδα ηλικιωμένων που δεν είναι καθόλου εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο, ενώ όταν η ανάγκη για επικοινωνία είναι απαραίτητη ζητάει βοήθεια από τρίτους.

*«Να σας πω, δεν ασχολήθηκα ποτέ με το internet γιατί πολύ απλά δεν το είχα χρειαστεί. Από ψώνια, ό,τι ήθελα μπορούσα να το βρω στα μαγαζιά».*

Συμπεραίνουμε πως ο λόγος που η ίδια δεν χρησιμοποιεί το διαδίκτυο είναι γιατί έχει συνηθίσει στον πιο παραδοσιακό τρόπο αγορών, που δεν είναι άλλος από αυτόν που λαμβάνει χώρα στα φυσικά καταστήματα.

Με αφορμή τα παραπάνω λόγια της, πήραμε την πρωτοβουλία να την ρωτήσουμε εάν και η ίδια θα ήθελε να μάθει να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, εφόσον όπως μας είπε μιλάει μέσω αυτού με μέλη της οικογένειάς της ή εάν θα επιθυμούσε να μάθει να κάνει ηλεκτρονικές αγορές. Ωστόσο, εκείνη δεν φάνηκε πολύ ανοιχτή στο ενδεχόμενο αυτό...

*«Τα παιδιά και τα εγγόνια μου χρησιμοποιούν αρκετά το internet. Όμως εγώ δε θα ήθελα να ασχοληθώ. Δεν είμαι εγώ γι' αυτά, δεν τα καταλαβαίνω. Στην ηλικία που είμαι ξεχνάω, ούτε που θα θυμάμαι τι κουμπί να πατήσω».*

Βλέπουμε πως για τις μεγαλύτερες ηλικίες ο κόσμος του διαδικτύου είναι ιδιαίτερα δύσκολος και απαιτητικός. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η κυρία Γιαννούλα, όπως και πολλά άτομα της γενιάς της, να πιστεύουν πως το Internet αφορά μόνο τους νέους. Μάλιστα σε κάποιες περιπτώσεις, η χρήση του διαδικτύου από τους ηλικιωμένους δεν είναι πρακτικά εφικτή, λόγω της πολυπλοκότητας που χαρακτηρίζει διάφορες ιστοσελίδες.

*«Όσο για τις ηλεκτρονικές αγορές δε μου είναι και απαραίτητες. Ακόμα και τώρα που η μετακίνηση στα μαγαζιά λόγω της πανδημίας έχει γίνει πολύ δύσκολη, δεν έκανα καμία αγορά στο διαδίκτυο. Πήγαινα στο σουπερμάρκετ για τρόφιμα, ενώ ό,τι άλλο χρειαζόμουν και ήταν δύσκολο να το βρω, περίμενα να ανοίξουν τα μαγαζιά».*

Φαίνεται πως η συνομιλήτριά μας ανήκει στην ομάδα των ανθρώπων που εν μέσω πανδημίας προτίμησε να περιμένει να πραγματοποιήσει τις αγορές της δια ζώσης, όταν αυτό ήταν επιτρεπτό από το νόμο, παρά να καταφύγει σε ηλεκτρονικές αγορές.

## **5.6 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Ιωάννη**

Καλώντας στο τηλέφωνο τον κύριο Ιωάννη Κ. διαπιστώσαμε ότι μιλούσαμε με έναν καλόκαρδο και πρᾶο κύριο, που παρόλο τη λιγοστή μόρφωση του, η ευγένειά του ξεχείλιζε από τα λόγια του. Ο κύριος Ιωάννης είναι 80 ετών και μόνιμος κάτοικος της Πάτρας. Τα παιδικά του χρόνια όπως άφησε να εννοηθεί δεν ήταν και τα πιο εύκολα, αλλά παρόλα αυτά, με την επιμονή των γονιών του τελείωσε το δημοτικό.

*«Τελείωσα το Δημοτικό Σχολείο μετά από πιέσεις της οικογένειας μου και ομολογώ ότι αργότερα κατάλαβα πόσο δίκιο είχαν».*

Δούλεψε ως εργολάβος οικοδομών για περίπου μισό αιώνα και μας περιέγραψε τις δυσκολίες αυτής της δουλειάς, που όμως, όπως μας είπε του άρεσε πολύ. Τη θεωρεί πολύ σημαντική και δημιουργική, μιας και ξεκινώντας από 2-3 απλά υλικά σιγά-σιγά δημιουργείς ένα κτίριο όπου μέσα εκεί θα ζουν άνθρωποι. Στη συνέχεια, η φωνή του άρχισε να σπάει καθώς αναφέρθηκε στη σύζυγό του, Μαρία.

*«Ήμουν παντρεμένος με τη σύζυγό μου Μαρία για 35 ολόκληρα χρόνια και αποκτήσαμε δυο παιδιά [...]. Δυστυχώς τη γυναίκα μου την έχασα πολύ νωρίς και ομολογώ, αυτό μου κόστισε πάρα πολύ. Από τότε μένω μόνος μου, οπότε είμαι αναγκασμένος να κάνω μόνος τις δουλειές του σπιτιού και τα ψώνια μου».*

Προχωρώντας τη συνομιλία - συνέντευξη μας, φτάσαμε να συζητάμε το πόσο έχει επηρεάσει τις καθημερινές αγοραστικές μας συνήθειες ο covid 19. Ο κύριος Ιωάννης, μας ανέφερε πως πήγαινε καθημερινά στο καφενείο να συναντήσει τους φίλους του και να ανταλλάξουν απόψεις, ιδέες, αλλά και πειράγματα για να περάσει η ώρα του. Τώρα όμως αυτά «κόπηκαν» και βγαίνει από το σπίτι μόνο για τα απαραίτητα, όπως μας λέει.

*«Η όλη κατάσταση με τον covid-19 έχει αλλάξει τις καθημερινές μας συνήθειες, αλλά και τις αγοραστικές. Βγαίνω από το σπίτι μόνο για να πάω σουπερμάρκετ και αυτό προσπαθώ να το κάνω μια-δυο φορές το μήνα».*

Ο κύριος Ιωάννης αποτελεί ακόμα ένα (ηλικιωμένο) άτομο που έχει αλλάξει τις καθημερινές του συνήθειες εξαιτίας της πανδημίας και έχει περιορίσει τις εξόδους του στο ελάχιστο δυνατό.

Ρωτώντας τον για το ποια είναι η σχέση του με την τεχνολογία, μας λέει ότι δεν ασχολείται καθόλου με όλα αυτά από επιλογή λέγοντάς μας χαρακτηριστικά:

*«Η σχέση μου με την τεχνολογία είναι ανύπαρκτη. Το μόνο που χρησιμοποιώ είναι ένα απλό κινητό με πλήκτρα. Τα παιδιά μου προσπάθησαν να με μάθουν να χρησιμοποιώ το άλλο με την μεγάλη οθόνη, αλλά δεν τα κατάφεραν».*

Στο σημείο αυτό βλέπουμε ακόμα μία περίπτωση ηλικιωμένου που ενώ τα παιδιά του τον παροτρύναν να ασχοληθεί με την τεχνολογία εκείνος ήταν αρνητικός.

*«Πες ότι δεν μπορούσα να θυμηθώ τι μου έλεγαν.. αν και για να σου είμαι ειλικρινής, δεν έδινα και πολλή σημασία. Νομίζω ότι δεν είναι για μένα. Προτιμώ τους παραδοσιακούς τρόπους, πες με παλιομοδίτη, (γέλια)».*

Παρατηρούμε ότι το συγκεκριμένο άτομο, όπως και πολλοί άλλοι αυτής της γενιάς προφασίζονται ότι η μνήμη τους δεν τους βοηθάει στη χρήση του διαδικτύου ενώ στην πραγματικότητα επαναπαύονται με τη σκέψη ότι το Internet είναι αποκλειστικά για μικρές ηλικιακές ομάδες.

Κάποιες φορές που χρειάστηκε να κάνει αγορές, στην περίοδο της καραντίνας, σε είδη ρουχισμού που του ήταν απαραίτητα, το ανέθεσε στο γιο του, ο οποίος όπως μας εξομολογήθηκε, μένει στο δίπλα διαμέρισμα με την οικογένειά του και διαθέτουν όλοι τους από μία συσκευή νέας τεχνολογίας και φυσικά σύνδεση στο διαδίκτυο.

*«Δυο-τρεις φορές που χρειάστηκε να αγοράσω ρούχα και τα μαγαζιά ήταν κλειστά, το είπα στον γιο μου και το ανέλαβε αυτός. Για τους νέους είναι τόσο απλό, αλλά για μένα ακατόρθωτο. Απλά διάλεξα σχέδιο στο πουκάμισο. Το πιο ενοχλητικό όμως ήταν που με μέτρησε από άκρη σε άκρη με τη μεζούρα. Μου έλεγε «κάτσε να σου πάρω τα μέτρα», είναι καλαμπουρτζής», μας είπε γελώντας».*

Στο σημείο αυτό βλέπουμε ξεκάθαρα ότι σε πολλές περιπτώσεις η διαδικασία ηλεκτρονικών αγορών όχι μόνο δεν προτιμήθηκε από τα ηλικιωμένα άτομα αλλά και όταν ανέλαβαν άλλοι τις ηλεκτρονικές αγορές τους, τα πρώτα δυσανασχέτησαν.

*«Κάποια άλλη φορά που μου χάλασε η τοστιέρα πήρα τηλέφωνο τον γιο ενός φίλου μου που έχει κατάστημα ηλεκτρικών ειδών, του είπα τι ήθελα και αυτός μου έφερε την καινούργια τοστιέρα στο σπίτι».*

Βλέπουμε ότι ο συγκεκριμένος ηλικιωμένος, με σκοπό να αποφύγει τις όποιες δυσκολίες μπορεί να συναντήσει κατά τη διαδικασία των ηλεκτρονικών αγορών, προτίμησε, ακόμα και εν μέσω πανδημίας, έναν πιο βατό για εκείνον τρόπο αγοράς.

Όταν τον ρωτήσαμε, για την άποψή του, όσο αναφορά την αξιοπιστία του ηλεκτρονικού εμπορίου, μας είπε πως παρόλο που εκείνος δεν ασχολείται με αυτό όσες φορές παρέλαβε κάτι δεν είχε κανένα παράπονο.

*«Όπως σας είπα εγώ δεν έχω καμία σχέση με το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά όσες φορές με εξυπηρέτησε ο γιος μου με αυτό τον τρόπο τα προϊόντα που παρέλαβα ήταν σε άριστη κατάσταση, οικονομικά και σχετικά έφτασαν γρήγορα στα χέρια μου».*

Ο κύριος Ιωάννης παρόλο που ο ίδιος δεν επιλέγει το ηλεκτρονικό εμπόριο ως μέθοδο αγοράς, φαίνεται να αναγνωρίζει τα θετικά στοιχεία του ηλεκτρονικού εμπορίου και να είναι απόλυτα ικανοποιημένος από το αποτέλεσμα των αγορών που έχουν κάνει άλλοι για αυτόν.

Τελειώνοντας την τηλεφωνική μας συζήτηση, μας είπε ότι σαφώς και είναι χρήσιμο το ηλεκτρονικό εμπόριο για όλους τους ανθρώπους και ειδικά για αυτούς που ξέρουν να το χρησιμοποιούν, αναφέροντας μας:

*«Είναι μεγάλη δουλειά μέσα από τη ζεστασιά και την ασφάλεια του σπιτιού σου να έχεις ότι ζητήσεις στην πόρτα σου. Ναι μεν τα ψιλοκοροϊδέω... αλλά είναι απαραίτητο μέσο πια το ίντερνετ».*

Στο σημείο αυτό διακρίνουμε πως ο συνομιλητής μας όσο κι αν δε θέλει να παραδεχτεί την χρησιμότητα του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών αγορών, κατά βάθος την αναγνωρίζει.

Επιπρόσθετα μας τόνισε πως γνώμη του είναι ότι οι ηλεκτρονικές αγορές θα συνεχιστούν και μετά το πέρας της πανδημίας, επειδή ο αγοραστής ίσως πετυχαίνει καλύτερες τιμές στα προϊόντα μέσω διαδικτύου, αλλά όπως μας τόνισε:

*«Κακά τα ψέματα άλλο να πας από κοντά να δεις το προϊόν και να το αγγίζεις και άλλο να πάρεις γουρούνι στο σακί».*

Κλείνοντας συμπεραίνουμε ότι ο συνεντευξιαζόμενος εμμένει στις αρχικές – παραδοσιακές του απόψεις ότι για να αγοράσεις κάτι πρέπει να το δεις από κοντά κι όχι από μία οθόνη.

## **5.7 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Μαρίνας**

Ένα απόγευμα τηλεφωνηθήκαμε με την κυρία Μαρίνα, μόνιμη κάτοικο της Χίου. Από την πρώτη στιγμή καταλάβαμε πως θα ακολουθούσε μια ιδιαίτερα ευχάριστη συζήτηση, καθώς η νησιώτική της αύρα εξέπεμπε οικειότητα.

*«Ονομάζομαι Μαρίνα και είμαι 70 ετών. Κατοικώ μόνιμα στη Χίο και είμαι συνταξιούχος. Τελείωσα το εξατάξιο γυμνάσιο της περιοχής μου και μετά από λίγα χρόνια παντρεύτηκα τον σύζυγό μου και αποκτήσαμε μια κόρη. Από όταν παντρεύτηκα έως και τώρα το νοικοκυριό και τα ψώνια του σπιτιού τα έχω αναλάβει εγώ. Τα τελευταία χρόνια λόγω προβλημάτων υγείας του συζύγου μου έχω αναλάβει και την φροντίδα του».*

Αφού η κυρία Μαρίνα μας εμπιστεύτηκε λίγα πράγματα για εκείνη και την οικογένειά της, συνεχίσαμε την συζήτηση προσεγγίζοντας το θέμα που μας απασχολεί. Το τελευταίο δεν είναι άλλο από τις αγοραστικές συνήθειες και τις ηλεκτρονικές αγορές των ηλικιωμένων εν μέσω του covid 19.

*«Τον τελευταίο χρόνο που διανύουμε έχουν αλλάξει αρκετά πράγματα στον τρόπο ζωής μας, λόγω του covid-19, που πριν λίγο καιρό δεν μπορούσαμε καν να το φανταστούμε. Ένα από αυτά είναι και ο τρόπος με τον οποίο κάναμε τα ψώνια μας. Ποιος θα μας το έλεγε ότι δε θα μπορούμε να βγούμε να αγοράσουμε κάποια πράγματα που τα έχουμε ανάγκη».*

Σύμφωνα με τα λεγόμενα της κ. Μαρίνας, συμπεραίνουμε πως για πολλούς ηλικιωμένους η πανδημία άλλαξε σημαντικά τον τρόπο πραγματοποίησης των αγορών τους, πόσο μάλλον την καθημερινότητά τους. Συνεχίζοντας την κουβέντα μας, η συνομιλήτριά μας, μας ανέφερε ότι χρησιμοποιεί το διαδίκτυο με σκοπό την επικοινωνία αλλά και την ψυχαγωγία, τόσο η ίδια όσο και ο σύζυγός της.

*«Λόγω της κατάστασης υγείας του συζύγου μου αναγκαζόμαστε να μένουμε σχεδόν συνέχεια μέσα στο σπίτι, οπότε η ενασχόλησή μας με το διαδίκτυο είναι σχεδόν απαραίτητη για την επικοινωνία με τα παιδιά μας, που δε μένουν στο νησί, αλλά παράλληλα αποτελεί μια ευχάριστη απασχόληση. Έχουμε εδώ και κάποια χρόνια σύνδεση στο ίντερνετ, καθώς επίσης και από ένα tablet κι εγώ κι ο σύζυγός μου. Το διαδίκτυο είναι η μόνη συντροφιά μας μετά την πανδημία, μιας και αποφεύγουμε τις συναντήσεις με τις παρέες μας και είναι ο τρόπος που μας έχει απομείνει να βλέπουμε τα παιδιά μας και τα εγγόνια μας».*

Έτσι, βλέπουμε πως αρκετοί ηλικιωμένοι, λόγω της δυσκολίας που υπάρχει με την δια ζώσης επικοινωνία, καταφεύγουν στο διαδίκτυο για την επαφή με τα αγαπημένα τους πρόσωπα, αλλά και για την ευχάριστη ενασχόλησή τους.

Ιδιαίτερα ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός πως παρά την ενεργή της συμμετοχή στο χώρο του διαδικτύου, η κυρία Μαρίνα, δεν είχε χρησιμοποιήσει αυτό το μέσο για κάποια ηλεκτρονική αγορά. Σε αυτό συνέβαλε και ο τόπος κατοικίας της, καθώς στις μικρές κοινότητες, όπως αυτή της Χίου, οι κάτοικοι στηρίζουν ο ένας τον άλλο στον τομέα του εμπορίου. Ωστόσο, την περίοδο της καραντίνας, αναγκάστηκε να στραφεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

*«Όπως σας προανέφερα χρησιμοποιούμε αρκετά χρόνια το διαδίκτυο ως μέσο επικοινωνίας και ευχάριστης απασχόλησης, όμως ποτέ δεν το είχαμε συνδυάσει με ψώνια. Ζούμε σε μια μικρή κοινωνία όπου πάντα ψωνίζαμε από γνωστούς και φίλους ή τέλος*

*πάντων από τα μαγαζιά της περιοχής μας. Η πρώτη φορά που χρειάστηκε να ψωνίσω από το διαδίκτυο ήταν λίγο μετά την έναρξη της πρώτης καραντίνας. Ήταν κάποιο προϊόν που θα βοηθούσε τον σύζυγό μου και η αγορά του κρίθηκε απαραίτητη. Ξεκίνησα την όλη διαδικασία όμως δεν κατάφερα να τη φέρω εις πέρας. Έτσι ζήτησα από τα εγγόνια μου να το αναλάβουν. Δεν φτάνει που το έκαναν με μεγάλη ευχαρίστηση αλλά το ίδιο κιόλας βράδυ ξεκίνησαν τα εζ' αποστάσεως ιδιαίτερα μαθήματα μαζί μου για να μπορώ να αγοράζω και μόνη μου ό,τι χρειάζομαι. Την επόμενη διαδικτυακή αγορά μου την έκανα σχεδόν μόνη μου. Βέβαια τηλεφώνησα στην κόρη μου για να λύσω μια απορία που μου δημιουργήθηκε κατά τη διάρκεια της ηλεκτρονικής αγοράς. Στο τέλος όμως τα κατάφερα. Αισθάνθηκα πολύ περήφανη λες και είχα καταφέρει το ακατόρθωτο. Από τότε έχω χρησιμοποιήσει ξανά 3 φορές το διαδικτυακό εμπόριο για ορθοπεδικά είδη και είδη που, τέλος πάντων, κάνουν την κατάσταση της υγείας του συζύγου μου λίγο καλύτερη».*

Συνεπώς, το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί να μην αποτελούσε επιλογή για τους ηλικιωμένους προ καραντίνας, αλλά σίγουρα εν μέσω πανδημίας συνέβαλε σημαντικά στην εξυπηρέτηση των αναγκών τους. Επίσης, παρατηρούμε πως η συγκεκριμένη ηλικιακή κατηγορία μπορεί να μην είναι τόσο καλά ενημερωμένη με την τεχνολογία ή να μην έχει τις ίδιες δυνατότητες στην κατανόησή της με τους νεότερους, αλλά με λίγη εξάσκηση και βοήθεια φαίνεται ότι μπορούν να το χρησιμοποιούν εξίσου καλά με τους δεύτερους.

Βέβαια, σύμφωνα με τα λόγια της κυρίας Μαρίνας, η επιλογή των διαδικτυακών αγορών ως μέθοδος αγοράς δεν αποτελεί την πρώτη προτίμησή της. Όπως φαίνεται παρακάτω, η ίδια δείχνει να επιλέγει τα τοπικά καταστήματα για θέμα αξιοπιστίας, αλλά και για να στηρίξει αυτήν την συγκεκριμένη αγορά που βάλλεται πολύπλευρα.

*«Επειδή όπως προανέφερα ζούμε σε μια μικρή-κλειστή κοινωνία προτιμώ να ενισχύω την τοπική αγορά κι έτσι όταν θέλω κάτι θα τηλεφωνήσω σε ένα τοπικό κατάστημα και θα μου φέρουν αυτά που χρειάζομαι στο σπίτι. Εξάλλου όλα τα καταστήματα πλέον έχουν υιοθετήσει αυτό τον τρόπο εξυπηρέτησης προς τους πελάτες τους».*

Ωστόσο, μας επισημαίνει χαρακτηριστικά πως το ηλεκτρονικό εμπόριο της φάνηκε αξιόπιστο και μας δίνει ένα παράδειγμα από την προσωπική της εμπειρία.

*«Με την μικρή εμπειρία που έχω με το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αντιμετώπισα κάποιο πρόβλημα ως προς την αξιοπιστία των εταιρειών με τις οποίες συνεργάστηκα. Στην αρχή της καραντίνας μου χάλασε το μίξερ. [...] Σε συνδυασμό με τον αναγκαστικό εγκλεισμό, που έμενα σπίτι, έπρεπε να αγοράσω ένα καινούργιο. Βρήκα διάφορες συσκευές στο ίντερνετ και μαζί με την κόρη μου διαλέξαμε αυτή που μας φάνηκε καλύτερη.*



*Ολοκληρώσαμε την αγορά από ένα κατάσταση γνωστό και το περίμενα πως και πως. Όταν ήρθε όμως το δέμα, έλειπε ένα από τα εξαρτήματα του μίξερ. Εγώ δεν είχα διάθεση να επικοινωνήσω και να παραπονεθώ για αυτό καθώς ήμουν σίγουρη πως δεν θα έβγαζα άκρη. Η κόρη μου όμως έστειλε ένα μήνυμα στην εταιρία και μας έστειλαν άμεσα το εξάρτημα, χωρίς επιβάρυνση και καθυστερήσεις».*

Παρατηρούμε λοιπόν, πως οι περισσότεροι ηλικιωμένοι, μη έχοντας εμπειρία με τις ηλεκτρονικές αγορές, καταφεύγουν στην βοήθεια των παιδιών ή των γνωστών τους, ώστε να υλοποιήσουν μίας αντίστοιχη αγορά. Όπως φαίνεται και από την εμπειρία της κ. Μαρίνας, που η ίδια δεν ήταν εξοικειωμένη με αυτόν τον τρόπο αγορών, χρειάστηκε να απευθυνθεί για βοήθεια στην κόρη της. Επίσης, βλέπουμε πως πολλοί ηλικιωμένοι δεν έχουν την αντοχή ή την διάθεση να ασχοληθούν με όποιο πρόβλημα μπορεί να αντιμετωπίσουν κατά ή μετά την παραγγελία τους. Αυτό συμβαίνει καθώς οι ίδιοι δεν είναι εξοικειωμένοι και άρα δεν έχουν εμπιστοσύνη σε αυτόν τον τρόπο αγορών. Έτσι, το αποτέλεσμα είναι πως ακόμα και αν βγει σε κάποιες περιπτώσεις θετική αντίληψη για το ηλεκτρονικό εμπόριο, πολύ δύσκολα θα αποτελέσει πρώτη τους επιλογή.

Η συζήτησή μας συνεχίστηκε, λέγοντάς μας πως παρόλο που κατάφερε να ολοκληρώσει μόνη της κάποιες ηλεκτρονικές αγορές, η διαδικασία δεν της φάνηκε εύκολη, καθώς κάθε ηλεκτρονικό κατάστημα έχει διαφορετική δομή στην ιστοσελίδα του, κάτι το οποίο δημιουργεί σύγχυση στα άτομα που δεν είναι τόσο εξοικειωμένα με τη διαδικασία των ηλεκτρονικών αγορών και του διαδικτύου γενικότερα.

*«Θεωρώ ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύ χρήσιμο ειδικά για τους νέους που το χρησιμοποιούν πολύ συχνά και είναι εξοικειωμένοι με το διαδίκτυο και τις αγορές σε αυτό. Για εμάς τους μεγαλύτερους είναι λίγο πιο δύσκολα τα πράγματα γιατί ο κατάλογος των προϊόντων, στα καταστήματα του ίντερνετ, είναι φτιαγμένος με διαφορετικό τρόπο και δεν βρίσκεις εύκολα τι να πατήσεις. Αλλά παρόλα αυτά το χρησιμοποιούμε για κάποια προϊόντα που είναι δύσκολο να βρούμε στην κοντινή μας αγορά».*

Έτσι, συμπεράναμε πως ακόμα και τα άτομα που έχουν κάποια εξοικείωση με την τεχνολογία δυσκολεύονται να προσαρμοστούν στις διαφορετικά δομημένες ιστοσελίδες. Αυτό αποτελεί παράδειγμα και για τους σχεδιαστές των ιστοσελίδων, που καθώς με τα χρόνια όλο και περισσότερες ηλικιακές κατηγορίες τις χρησιμοποιούν, καλό θα ήταν να τις διαμορφώνουν ανάλογα.

Παρά το γεγονός πως η κυρία Μαρίνα κατάφερε να αγοράσει τα προϊόντα της μέσω διαδικτύου για να διευκολυνθεί εν μέσω πανδημίας και ένωσε υπερήφανη που συμβαδίζει με τους

καιρούς, θα επιστρέψει στις δια ζώσης αγορές με το άνοιγμα των καταστημάτων, όπως μας ανέφερε.

*«Κακά τα ψέματα... Τα άτομα της τρίτης ηλικίας, μας θεωρώ ότι έχουμε μάθει να ψωνίζουμε αλλιώς. Θέλουμε να βλέπουμε το προϊόν πριν το αγοράσουμε. Άρα πιστεύω ότι όταν με το καλό τελειώσει όλο αυτό θα γυρίσουμε και πάλι στις παλιές καλές μας συνήθειες. Μας έχει λείψει η βόλτα στην αγορά, το χαμόγελο των καταστηματάρχων και η άμεση επαφή με το κάθε προϊόν γιατί αλλιώς να το βλέπεις από κοντά και αλλιώς από φωτογραφία».*

Εν κατακλείδι, καταλαβαίνουμε πως είναι λογικό, κυρίως αυτή η ηλικιακή κατηγορία που είχε μάθει με έναν συγκεκριμένο τρόπο πραγματοποίησης των αγορών, να επιθυμεί να επιστρέψει στις παλιές της συνήθειες, τις οποίες θεωρεί και πιο αξιόπιστες.

## **5.8 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Παναγιώτη**

Κατά τις απογευματινές ώρες, ο κύριος Παναγιώτης δέχτηκε ένα τηλεφώνημα από εμάς. Αφού τον καλησπερίσαμε και τον ευχαριστήσαμε για το χρόνο που επρόκειτο να μας αφιερώσει, τον ρωτήσαμε λίγα πράγματα για τον εαυτό του και ξεκινήσαμε τη συζήτηση μαζί του.

*«Έχω γεννηθεί 15 Μαΐου του 1956 και είμαι 65 ετών. Είμαι παντρεμένος και έχω εξαμελή οικογένεια. Έχω τελειώσει και το λύκειο και είμαι ιδιοκτήτης ταξί».*

Στην αρχή της συζήτησής μας με τον κ. Παναγιώτη, αντιληφθήκαμε πως ο συνομιλητής μας είναι μόλις στην αρχή της τρίτης ηλικίας, κάτι το οποίο μας προΐδεε θετικά για την αντιμετώπιση που θα είχε με την τεχνολογία.

Έπειτα, του ζητήσαμε να μας πει ποιος κάνει τα ψώνια στο νοικοκυριό τους και εάν οι νέες συνθήκες που επέφερε η πανδημία επηρέασαν τον τρόπο που πραγματοποιεί τις αγορές του.

*«Τα ψώνια στο νοικοκυριό τα κάνει η γυναίκα μου. Εγώ συνήθως συμμετέχω όταν είναι πολλά τα ψώνια για να την βοηθήσω και οικονομικά και για το βάρος. Τώρα, ο Covid-19 μας επηρέασε πολύ, ψυχολογικά και οικονομικά. Έτσι, ψωνίζουμε κατά αραιά διαστήματα και μόνο τα αναγκαία πράγματα».*

Από τα λόγια του συνομιλητή μας, καταλάβαμε πως τα άτομα αυτά (της τρίτης ηλικίας) δέχτηκαν τις αλλαγές που έφερε στην ζωή μας η πανδημία, αλλά και πως επηρεάστηκαν οι προτιμήσεις τους για αγορές. Στη συνέχεια τον ρωτήσαμε να μας πει μερικά λόγια για την σχέση του με την τεχνολογία και για το εάν χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο ή εάν είχε πραγματοποιήσει κάποια ηλεκτρονική αγορά πριν την πανδημία. Τα λόγια του ήταν τα εξής:

*«Η σχέση μου με την τεχνολογία είναι απλή λόγω ηλικίας. Δεν είμαι πολύ γνώστης των ηλεκτρονικών μέσων όπως tablets, smartphones, Η/Υ κα., αλλά κάνω ότι μπορώ. Χρησιμοποιώ το διαδίκτυο όσο μου επιτρέπουν οι μέχρι τώρα γνώσεις μου[...]. Πριν την πανδημία χρησιμοποιούσα το διαδίκτυο γιατί το χρειάζομαι στις δουλειές μου, εφορία, άλλες συναλλαγές και σπάνια αγορές. Όσο αναφορά τις αγορές μέσω internet η αλήθεια είναι πως δεν έχω κάνει πολλές. Ωστόσο, έχω κάνει κάποιες, καθώς τα παιδιά κατά καιρούς χρειάστηκαν κάποια πράγματα, κι επειδή είτε η πόλη που μένουμε δεν είχε μεγάλη ποικιλία προϊόντων, είτε στο διαδίκτυο βρήκαμε καλύτερες τιμές, επιλέξαμε αυτή τη μέθοδο αγοράς. Με τα χρόνια που μεγαλώνουν και τα παιδιά μου, όπως καταλαβαίνετε, σαν κάθε μεγάλη οικογένεια έχουμε πολλές καθημερινές ανάγκες αγορών. Μέρα με τη μέρα, οι ανάγκες μας για τρόφιμα αλλά και για είδη υγιεινής, ρουχισμό πολλαπλασιάζονται».*

Σε αυτό το σημείο, καταλάβαμε πως ο κ. Παναγιώτης έχει αρκετές γνώσεις και τα καταφέρνει αρκετά καλά με την τεχνολογία, ώστε να μπορεί εύκολα να πραγματοποιήσει κάποια ηλεκτρονική αγορά. Επίσης, είδαμε πως λόγω των αυξημένων αναγκών της οικογένειάς του, ο ίδιος έχει καταφέρει να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο για την ικανοποίησή τους, κάτι το οποίο με τον καιρό του παρέχει και επιπλέον γνώσεις.

Μετάπειτα ζητήσαμε από τον συνομιλητή μας, να μας πει εάν τώρα με τον Covid-19 εξακολουθεί να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο, εάν κάνει αγορές μέσω internet αλλά και κατά πόσο η πανδημία επηρέασε τις αγορές του.

*«Ειδικά τώρα με τον Covid-19 χρησιμοποιώ το διαδίκτυο πιο πολλές φορές, γιατί πρέπει να κάνουμε πληρωμές, παραγγελίες κτλ. Έτσι αρχίζω να μαθαίνω και εγώ περισσότερο την καινούρια τεχνολογία. Βέβαια, όπως ανέφερα και πριν, μεγαλύτερη ανάγκη έχουμε για τρόφιμα και είδη υγιεινής, αγαθά δηλαδή που μας καλύπτουν τα διαθέσιμα σουπερμάρκετ. Το διαδίκτυο όμως, το χρησιμοποιώ πλέον για περισσότερες κατηγορίες. Όπως ανέφερα και νωρίτερα, για να πληρώσω τράπεζες, το τηλέφωνο, την ΔΕΗ, το νερό και για να κάνω διαδικτυακές αγορές».*

Βλέπουμε λοιπόν, πως για τα άτομα που είχαν εξοικειωθεί με την τεχνολογία πριν από την πανδημία, η χρήση της αποτέλεσε πρωταρχική επιλογή για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Επίσης, οι ηλεκτρονικές αγορές για εκείνους αποτέλεσαν σημαντικό προνόμιο και μεγάλη ευκολία κατά την διάρκεια της πανδημίας.

Ωστόσο σύμφωνα με τα λόγια του κύριου Παναγιώτη, παρά την πανδημία, κάποια πράγματα προτίμησε να τα κάνει δια ζώσης κι όχι ηλεκτρονικά. Στο πλαίσιο πάντα που του επέτρεπε ο νόμος.

*«Κατά την διάρκεια του Covid-19 έχω κάνει και αγορές δια ζώσης, έχω πάει σε κάποια καταστήματα που ήταν διαθέσιμα ή σε κάποιες τράπεζες, γιατί πρέπει να καταθέσεις και κάποια χρήματα στο μηχάνημα για να μπορέσεις να πληρώσεις τους υπόλοιπους».*

Συνεπώς, παρατηρούμε πως ακόμα και κατά την διάρκεια της πανδημίας υπήρχαν κάποια πράγματα που έπρεπε να τα διευθετήσουν από κοντά, αλλά και ότι πολλοί ακόμα, παρά την ευκολία που παρείχε το διαδίκτυο, επιθυμούσαν κάποιες αγορές να τις πραγματοποιήσουν δια ζώσης. Έπειτα, ζητήσαμε από τον συνεντευξιαζόμενο τη γνώμη του σχετικά με το αν, και πόσο αξιόπιστο θεωρεί το ηλεκτρονικό εμπόριο, ο ίδιος μας ανέφερε:

*«Το ηλεκτρονικό εμπόριο επειδή δεν το έχω χρησιμοποιήσει πάρα πολύ, δεν έχω συναντήσει κάποιο πρόβλημα. Θεωρώ ότι είναι αξιόπιστο και μπορεί να μας χρησιμεύσει να αποφύγουμε διάφορες καταστάσεις, μεγάλες αποστάσεις, να διαλέξουμε πιο γρήγορα κάποια προϊόντα. Επίσης μέσω αυτού μπορούμε να κάνουμε καλύτερη εξοικονόμηση στα χρήματα που θα χρησιμοποιήσουμε για να κάνουμε τις αγορές μας, γιατί μπορούμε να κάνουμε έλεγχο τιμών, αλλά και έλεγχο του λογαριασμού μας ανά πάσα στιγμή».*

Από τα λεγόμενα του συνομιλητή μας είδαμε, πως υπάρχουν και πολλά άτομα αυτής της ηλικιακής κατηγορίας, οι οποίοι θεωρούν τις ηλεκτρονικές αγορές αξιόπιστες επειδή δεν έχουν αντιμετωπίσει κάποιο πρόβλημα, αλλά και επειδή έχουν μείνει ευχαριστημένοι με τις αγορές τους. Ακόμα, κατά την γνώμη του κ. Παναγιώτη αυτό συνέβη και γιατί εξυπηρετεί στον χρόνο που θα αφιερώσει κάποιος για τις αγορές του, καθώς και στην εξοικονόμηση των χρημάτων που διαθέτει για αυτά.

Πλησιάζοντας προς το τέλος της κουβέντας μας, ο συνομιλητής μας, μας εμπιστεύτηκε την δική του άποψη για το πόσο χρήσιμο θεωρεί ο ίδιος το ηλεκτρονικό εμπόριο. Χαρακτηριστικά μας είπε:

*«Πιστεύω ότι είναι χρήσιμο το ψηφιακό εμπόριο. Ειδικά τώρα κατά την διάρκεια του Covid-19, γιατί με αυτό τον τρόπο αγοράς, δεν ερχόμαστε σε άμεση επαφή με άλλους ανθρώπους. Έτσι αποφεύγουμε να κολλήσουμε, από άτομα που μεταφέρουν τον ιό και πιθανό να συναντούσαμε στα φυσικά καταστήματα».*

Επιπλέον, από την γνώμη του για την χρησιμότητα του ψηφιακού εμπορίου, είδαμε πως ειδικά στην περίοδο της πανδημίας συνέβαλε σημαντικά στην ασφάλεια της υγείας τους. Κάτι το

οποίο για την συγκεκριμένη ηλικιακή κατηγορία, που έχουν χαρακτηριστεί ως ευπαθείς ομάδα, αποτέλεσε σοβαρό κίνητρο.

Φτάνοντας στο πέρας της συζήτησης μας, κάναμε στον κύριο Παναγιώτη μια τελευταία ερώτηση, που δεν ήταν άλλη από, το εάν θα συνεχίσει να πραγματοποιεί αγορές μέσω internet και μετά το τέλος της πανδημίας.

*«Ναι, εγώ θα συνεχίσω την χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και μετά το τέλος της πανδημίας, γιατί έχω μείνει ευχαριστημένος και με έχει διευκολύνει πολύ και με την δουλειά μου. Δηλαδή μπορεί να χρειάζομαι κάτι άμεσα και μέσω αυτού, να πραγματοποιώ τις αγορές μου γρήγορα και εύκολα».*

Καταλήγοντας την συζήτησή μας, διαπιστώσαμε από τον κ. Παναγιώτη την αξία που δημιούργησε το ψηφιακό εμπόριο, ειδικά εν μέσω πανδημίας, αλλά και γενικότερα. Έτσι, συμπεραίνουμε πως θα αποτελέσει μία σίγουρη επιλογή για αρκετούς ηλικιωμένους ακόμα, οι οποίοι θα το προτιμήσουν για την ασφάλεια, αλλά και για την άμεση εξυπηρέτηση που παρέχει.

## **5.9 Ανάλυση συνέντευξης της κυρίας Φωτεινής**

Με την πολύ ευγενική, κυρία Φωτεινή τηλεφωνηθήκαμε ένα πρωινό. Αφού καλημεριστήκαμε, την ευχαριστήσαμε που δέχτηκε να συμμετάσχει στην έρευνά μας, όπως με όλους τους συνεντευξιαζόμενους, και της ζητήσαμε να μας πει λίγα πράγματα για τον εαυτό της...

*«Γεννήθηκα το 1938 στην Πάτρα. Ζω εδώ όλα μου τα χρόνια και πήγα μέχρι την έκτη δημοτικού. Με τα χρόνια παντρεύτηκα και απέκτησα τρία παιδιά και εννιά εγγόνια. Δεν έχω εργαστεί ποτέ, καθώς αφιερώθηκα στην οικογένειά μου[...], όμως έχω κάποια χρόνια που παίρνω μία μικρή σύνταξη. Τώρα είμαι χήρα και ζω μόνη μου, μιας και τα παιδιά μου ζουν με τις οικογένειές τους».*

Από την περιγραφή της κ. Φωτεινής για την εποχή που γεννήθηκε, αλλά και από τα βιώματά της, καταλάβαμε την νοοτροπία εκείνης της εποχής, την αξία της οικογένειας και το πόσο συνέβαλε στην μόρφωσή της, στις γνώσεις που απέκτησε και στην μετέπειτα πορεία της.

Έπειτα από αυτή τη σύντομη αναφορά γύρω από τη ζωή της, της ζητήσαμε να μας δώσει μερικές πληροφορίες για το ποιος κάνει τα ψώνια του νοικοκυριού της, εάν δέχεται κάποια βοήθεια σχετικά με αυτά, αλλά και εάν έχει αλλάξει κάτι στις αγοραστικές στις συνήθειες, εξαιτίας των νέων συνθηκών που έχει επιβάλλει ο covid-19.

*«Τα ψώνια του σπιτιού τα κάνω μόνη μου, εκτός από κάποιες φορές που έρχονται τα παιδιά μου και με βοηθάνε. Όσο για τις αγοραστικές μου συνήθειες, όχι δεν άλλαξαν*

*ιδιαίτερα. Πηγαίνω στο κοντινό σουπερμάρκετ και σε όσα μαγαζιά στην γειτονιά είναι ανοικτά, όπως και πριν. Βέβαια παλιά μπορούσαμε να βγούμε πιο εύκολα για μία βόλτα, να βρεθούμε με τους γνωστούς μας, τους γείτονες, έτσι να πούμε μια κουβέντα. Μας έχει λείψει αυτό, ειδικά σε όσους μένουν μόνοι τους και μακριά από την οικογένειά τους».*

Παρατηρούμε πως εν μέσω πανδημίας, υπήρχαν κάποια ηλικιωμένα άτομα, τα οποία όπως είχαν μάθει πριν να πραγματοποιούν μόνα τους τις αγορές τους, έτσι και μετά, όσο μπορούσαν συνέχισαν να αγοράζουν από τα διαθέσιμα καταστήματα (κυρίως σουπερμάρκετ) στην περιοχή τους. Επίσης, από τα λόγια της κ. Φωτεινής για το πως βίωσε η ίδια την πανδημία, αντιλαμβανόμαστε πως ειδικά για τους ηλικιωμένους οι οποίοι ζουν μόνοι τους, η πανδημία επηρέασε πολύ την ψυχολογία τους, καθώς και την σωματική τους κατάσταση, αφού δεν μπορούσαν εύκολα να μετακινηθούν από το σπίτι τους, μην τυχόν κολλήσουν κάτι. Συνεχίζοντας τη συζήτηση με την κυρία Φωτεινή, φέραμε στη συζήτηση την τεχνολογία και τη σχέση που έχει η ίδια με αυτήν...

*«Εγώ δεν ασχολούμαι πολύ με την τεχνολογία, εκτός από σταθερό και ένα κινητό τηλέφωνο που έχω για να με παίρνουν τα παιδιά, έχω ένα tablet για να μπαίνω στο ίντερνετ και να παίζω παιχνίδια. Το ίντερνετ δεν ξέρω να το χρησιμοποιώ πολύ καλά, έχω πολύ λίγα χρόνια που μου έβαλαν τα παιδιά».*

Σύμφωνα με αυτή της την απάντηση κι εφόσον μας είπε πως σπίτι της έχει σύνδεση στο διαδίκτυο, διαπιστώσαμε πως πρόκειται για ακόμα έναν συνεντευξιαζόμενο ο οποίος δεν γνωρίζει αρκετά την τεχνολογία, αλλά ίσως στο μέλλον να εξοικειωθεί περισσότερο. Έτσι, προχωρήσαμε στην επόμενη ερώτηση που δεν ήταν άλλη από το εάν έχει κάνει ποτέ κάποια ηλεκτρονική αγορά.

*«Όχι, δεν έχω κάνει αγορές από το ίντερνετ, γιατί δεν ξέρω να το χρησιμοποιώ καλά. Τελευταία όμως προσπαθούν τα παιδιά μου να μου μάθουν να μιλάμε με την κάμερα στο skype. Όμως και πάλι, δεν τα καταλαβαίνω εγώ αυτά, επίσης μου είναι δύσκολο να τα θυμάμαι γι' αυτό και με παίρνουν πρώτα στο τηλέφωνο και μετά μου λένε τι πρέπει να πατήσω στο tablet. Ίσως στο μέλλον αν υπάρξει μεγάλη ανάγκη και έχω κάποιον εκεί για να μου δείξει, πραγματοποιήσω με τη βοήθειά του κάποια αγορά».*

Φαίνεται λοιπόν, πως αρκετοί ηλικιωμένοι, λόγω των περιορισμένων αντοχών και δεξιοτήτων που διαθέτουν, δυσκολεύονται πολύ στην κατανόηση και απομνημόνευση των ενεργειών που πρέπει να εκτελέσουν για όποια λειτουργεία του διαδικτύου.

Επιπλέον, εφόσον η κυρία Φωτεινή μας εμπιστεύτηκε πως δεν γνωρίζει να πραγματοποιεί αγορές μέσω διαδικτύου, εύκολα συμπεραίνει κανείς πως ο μοναδικός τρόπος αγορών από

εκείνη είναι δια ζώσης, μέσω των φυσικών καταστημάτων. Εν μέσω πανδημίας, σκεπτόμενοι τις δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες, όπως οι ηλικιωμένοι, εύλογα καταλήγει κανείς στο ερώτημα κατά πόσο τα άτομα αυτά είναι εύκολο και ασφαλές να μετακινηθούν. Έτσι, ρωτήσαμε την κυρία Φωτεινή εάν όλο αυτό το διάστημα που συνυπάρχουμε με τον covid, υπήρξε κάποια φορά που δυσκολεύτηκε να μετακινηθεί και να κάνει τα ψώνια της. Η ίδια μας είπε:

*«Κάποια στιγμή χρειάστηκε να ψωνίσω κάτι πράγματα από το φαρμακείο και δεν μπορούσα να πάω η ίδια, οπότε συνεννοήθηκα με έναν γνωστό που δούλευε εκεί και μπόρεσαν να μου τα φέρουν στο σπίτι».*

Με αυτό το παράδειγμα της κυρίας Φωτεινής, βλέπουμε ότι οι ηλικιωμένοι για την υλοποίηση των αγορών τους εν μέσω πανδημίας, προτιμούσαν να επιλέξουν την τηλεφωνική παραγγελία για ότι χρειάζονταν, παρά να σκεφτούν να πραγματοποιήσουν μία διαδικτυακή αγορά. Φυσικά αυτή τους η επιλογή είναι κατανοητή, ειδικά για εκείνους που δεν έχουν καμία σχέση με την τεχνολογία και έχουν μάθει να πραγματοποιούν τις αγορές τους δια ζώσης.

Στη συνέχεια ανταποκριθήκαμε στην απάντησή της αυτή, ρωτώντας την εάν στην συγκεκριμένη συνθήκη που μας ανέφερε, σκέφτηκε το ενδεχόμενο πραγματοποίησης αγοράς μέσω διαδικτύου, ακόμα και με τη βοήθεια τρίτων κι εκείνη ακούστηκε να λέει:

*«Όχι, δεν το σκέφτηκα γιατί όπως σας είπα δεν έχω μάθει να το χρησιμοποιώ. Ο μόνος τρόπος που ίσως να μπορούσα να ψωνίσω από το ίντερνετ είναι ίσως εάν μου έλεγαν τα παιδιά μου από το τηλέφωνο τι να πατήσω, αλλά δεν το σκέφτηκα καν. Ωστόσο και πάλι δεν είναι τόσο απλό για μένα. Μπορεί να πάταγα κάτι λάθος και να μην ήξερα τι να κάνω μετά. Ποτέ δεν ξέρεις όμως ίσως το δοκιμάσω κάποια στιγμή που θα είναι κάποιος εδώ».*

Εν κατακλείδι, παρατηρούμε και πάλι πως υπάρχουν πολλοί ηλικιωμένοι που δυσκολεύονται αρκετά με το διαδίκτυο, πόσο μάλλον στο να πραγματοποιήσουν μία διαδικτυακή αγορά. Συμπεραίνουμε λοιπόν πως είναι λογικό που δεν το σκέφτονται ως επιλογή, αλλά φαίνεται πως σε κάποιες περιπτώσεις το αντιμετωπίζουν θετικά, και με λίγη βοήθεια, πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να το μάθουν και έπειτα να το χρησιμοποιούν και μόνοι τους.

## **5.10 Ανάλυση συνέντευξης του κυρίου Χαράλαμπου**

Μόλις ξεκινήσαμε την τηλεφωνική επικοινωνία με τον κύριο Λάμπη καταλάβαμε αμέσως ότι είχαμε απέναντί μας ένα μορφωμένο και καλλιεργημένο άνθρωπο. Ο τρόπος ομιλίας και σκέψης του δεν μαρτυρούσε με τίποτα πως είχαμε να κάνουμε με έναν 84 χρόνο. Ο κύριος

Λάμπης, όπως μας είπε ο ίδιος, είναι συνταξιούχος γιατρός και μένει μαζί με τη σύζυγο του, η οποία είναι συνταξιούχος δασκάλα, σε ένα διαμέρισμα πολυκατοικίας στα Κάτω Πατήσια.

*«Ζούμε μόνοι μας και αλληλοβοηθούμαστε όμως τα ψώνια του νοικοκυριού μας και όλες τις υπόλοιπες δουλειές του σπιτιού τα κάνει η σύζυγός μου, Μαρία».*

Από τον τρόπο που μιλούσε για αυτήν φαινόταν ξεκάθαρα η αγάπη, ο σεβασμός, αλλά και ο θαυμασμός του προς εκείνη. Στα παιδιά τους δεν αναφέρθηκε πολύ, γιατί όπως μας εξομολογήθηκε ζουν πολύ μακριά και αυτό του είναι στενάχωρο.

Συνεχίζοντας τη συνομιλία μας, φέραμε στη συζήτησή μας το φλέγον θέμα της εποχής μας, τον covid 19 και συγκεκριμένα στο πόσο αυτός έχει αλλάξει την καθημερινότητά μας ως πολίτες και καταναλωτές. Εν συνεχεία μας είπε λίγα γενικά λόγια για την πανδημία ως γιατρός.

*«Ο covid 19 ήρθε στη ζωή μας για να μείνει και θα μείνει. Στο χέρι μας είναι να μάθουμε να ζούμε με αυτόν. Με τον εμβολιασμό που έχει ξεκινήσει και λίγη προσοχή όλα θα πάνε καλά»,* ήταν τα λόγια του.

Ως καταναλωτής ο κύριος Λάμπης έχει δει κάποιες μικρές αλλαγές στο σπιτικό του και χαρακτηριστικά μας αναφέρει:

*«Φυσικά το πλαίσιο του καταναλωτή, στην περίοδο της πανδημίας, έχει αλλάξει σε σχέση με τις αγορές και αυτό έχει επηρεάσει, σε μικρό βαθμό, τις αγοραστικές συνήθειες στο σπίτι μας».*

Όταν τον ρωτήσαμε ποια είναι η σχέση του με την τεχνολογία, μας είπε ότι σαφώς και έχουν internet στο σπίτι, το οποίο το χρησιμοποιούν στο κινητό τηλέφωνο και συγκεκριμένα για το Viber, ώστε να επικοινωνούν με τα παιδιά τους. Επειδή η φωνή του άρχισε να τρέμει από συγκίνηση όταν αναφέρθηκε στα παιδιά του, προχωρήσαμε βιαστικά στο επόμενο θέμα της συνομιλίας - συνέντευξης που ήταν οι ηλεκτρονικές αγορές.

*«Σπάνια πριν την πανδημία χρησιμοποιούσαμε το διαδίκτυο για να κάνουμε αγορές. Μόνο για ορθοπαιδικά είδη και βιβλία. Έτσι και τώρα, στην εποχή του covid-19 είναι λίγες οι φορές που γίνεται αυτό. Επειδή εμείς δεν μπορούμε να χειριστούμε τον ηλεκτρονικό υπολογιστή μας βοηθούν τα εγγόνια μας, που ας είναι καλά μας επισκέπτονται συχνά, τηρώντας πάντα τα μέτρα προστασίας». Η χαρά και η υπερηφάνεια του ξεχειλίζει και πάλι όταν αναφέρεται στα εγγόνια του...*



Από τα όσα μοιράστηκε μαζί μας ο κύριος Λάμπης, καταλαβαίνουμε πως πρόκειται για έναν ηλικιωμένο με λίγες τεχνολογικές γνώσεις, καθώς όπως ανέφερε ο ίδιος, για τις ηλεκτρονικές αγορές που είχαν πραγματοποιήσει πριν την πανδημία τους είχαν βοηθήσει τα εγγόνια τους μια που αυτοί δεν μπορούσαν να χρησιμοποιήσουν τον υπολογιστή.

Συζητώντας εκτενέστερα, για τη χρήση του διαδικτύου ως μέσο αγορών εν καιρώ πανδημίας, μας τόνισε ότι προτιμά να ψωνίζει ο ίδιος από τα καταστήματα της περιοχής του όσο αυτό είναι εφικτό. Μόνο λίγες φορές έκανε ηλεκτρονικές αγορές, πάντα με τη βοήθεια των εγγονιών του, αγοράζοντας ορθοπεδικά εξαρτήματα, βιβλία και βιολογικά προϊόντα.

*«Σχεδόν όλες τις αγορές μας κατά τη διάρκεια του covid-19 της ολοκληρώνουμε μόνοι μας, πηγαίνοντας στα σουπερμάρκετ, στα φαρμακεία και στα καταστήματα λιανικής, όταν αυτό μας επιτρέπεται. Πάντα εννοείται με την απαιτούμενη προσοχή και τηρώντας όλα τα μέτρα. Ωστόσο, κάποιες φορές κι εγώ αναγκάστηκα να κάνω παραγγελίες μέσω του διαδικτύου. Για να σου δώσω ένα παράδειγμα, εγώ χρόνια ταλαιπωρούμαι από πόνο στους μυς του χεριού...τενοντίτιδα, που λέμε. Συχνά αναγκάζομαι να αγοράζω καινούριο νάρθηκα για τον καρπό και τον αντίχειρα, πηχεοκαρπικό λέγεται, καθώς το φορώ καθημερινά και φθείρεται εύκολα. Ένας παλιός μου φίλος, ο Μανώλης, έχει ένα κατάστημα με αντίστοιχα είδη στην απέναντι γωνία, εδώ και πολλά χρόνια, αλλά τώρα με την πανδημία έμεινε κλειστός. Δεν μπορούσε να με εξυπηρετήσει γιατί κι αυτός έχει μια ηλικία και του είναι δύσκολες οι νέες τεχνολογίες. Έτσι, είπα στην εγγονή μου και βρήκε ένα, ίδιο με το παλιό μου νάρθηκα, στο διαδίκτυο και μου το παρήγγειλε. Έκανε κάποιες μέρες να φτάσει... όπως μου είπαν, οι διανομείς είχαν πολλές παραγγελίες εκείνο το διάστημα και αργούσαν».*

Βλέπουμε λοιπόν και πάλι με το παράδειγμα του κ. Λάμπη, πως πολλοί ηλικιωμένοι λόγω των περιορισμένων δεξιοτήτων που έχουν λόγω ηλικίας, να δυσκολεύονται με την τεχνολογία και ειδικά με την υλοποίηση μίας ηλεκτρονικής αγοράς. Ακόμα, συμπεραίνουμε πως πολλές φορές δεν έχει σημασία ο βαθμός των γνώσεων που διαθέτει κάποιος, αλλά και οι αντοχές που έχει λόγω της ηλικίας του, μπορεί να τον περιορίσουν στην πραγματοποίηση κάποιων διαδικασιών.

Εν συνεχεία, μας επισημαίνει πως δεν έχει κανένα παράπονο ως προς την αξιοπιστία του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς έχει λίγη πείρα από τις αγορές που έχει πραγματοποιήσει.

*«Μέχρι σήμερα ως προς την ποιότητα, την εξυπηρέτηση και την αξιοπιστία του ηλεκτρονικού εμπορίου είμαστε απόλυτα ευχαριστημένοι. Μία φορά μόνο χρειάστηκε να*

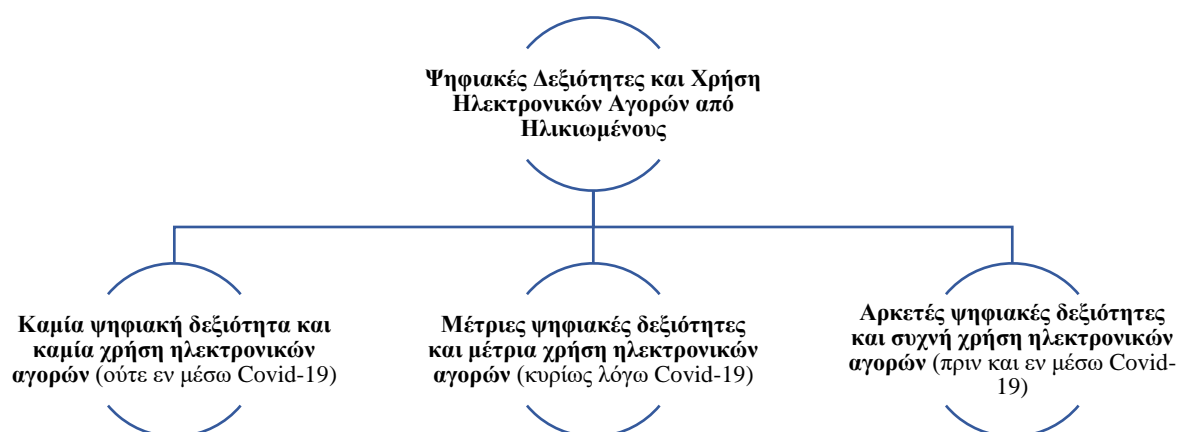
*κάνουμε επιστροφή ενός ιατρικού μηχανήματος οικιακής χρήσης, που δεν ήταν αξιόπιστο καθώς δεν λειτουργούσε σωστά και ήταν απορυθμισμένο. Όμως και σε αυτή την περίπτωση η εξυπηρέτηση ήταν ταχύτατη και άψογη».*

Πλησιάζοντας προς το τέλος, τον ρωτήσαμε για το πόσο χρήσιμο του ήταν το ηλεκτρονικό εμπόριο κατά τη διάρκεια του covid-19 και αν θα συνεχίσει να κάνει κάποιες αγορές διαδικτυακά και μετά το πέρας της πανδημίας. Με τη σειρά του, εκείνος μας απάντησε ότι η άποψή του είναι θετική για τη χρησιμότητα του ψηφιακού εμπορίου και ότι κάποια προϊόντα που δεν θα τα βρίσκει στα καταστήματα της περιοχής του, θα συνεχίσει να τα αγοράζει από το ίντερνετ, πάντα με τη βοήθεια των εγγονιών του.

Κλείνοντας την συνέντευξη με τον κ. Λάμπη και από την θετική άποψή του για το ηλεκτρονικό εμπόριο, συμπεραίνουμε πως ακόμα και οι ηλικιωμένοι που δεν διαθέτουν πολλές τεχνολογικές γνώσεις ή όσοι δεν έχουν ακόμα μάθει να πραγματοποιούν μόνοι τους κάποια αντίστοιχη αγορά, φαίνεται πως, πρώτα για την διευκόλυνσή τους, αλλά και για την αξιοπιστία του, θα πραγματοποιούσαν μία ηλεκτρονική αγορά και μετά το τέλος της πανδημίας.

## Κεφάλαιο 6° Συμπεράσματα Έρευνας

Με την ολοκλήρωση της έρευνας προέκυψαν συμπεράσματα, τα οποία μπορούν να απαντήσουν στα ερευνητικά ερωτήματα που έχουν τεθεί. Μέσω των συνεντεύξεων και της βιβλιογραφικής επισκόπησης, στοιχεία που έχουν παρατεθεί στα προηγούμενα κεφάλαια, γίνεται καλύτερα και αναλυτικότερα αντιληπτή η αλληλεπίδραση που έχουν οι ηλικιωμένοι με το διαδίκτυο και κατά συνέπεια η σχέση τους με το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις συναλλαγές μέσω ίντερνετ.



Πίνακας 21: Κατηγορίες ηλικιωμένων με βάση τις ψηφιακές τους δεξιότητες και την χρήση ηλεκτρονικών αγορών, (Πηγή: με ιδία επεξεργασία)

Οι ηλικιωμένοι μπορούν να διαχωριστούν σε 3 κύριες κατηγορίες με βάση τη σχέση τους με το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως φαίνεται και στον Πίνακα 21. Στην πρώτη κατηγορία συναντάμε τους ηλικιωμένους που δεν έχουν αποκτήσει ως τώρα κάποια δεξιότητα στο διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Τα άτομα αυτά δεν προσπάθησαν να εξοικειωθούν με την διαδικτυακή εμπειρία και χρήση, ενώ δεν άλλαξαν τις αγοραστικές τους συνήθειες ούτε κατά τη διάρκεια της πανδημίας του covid-19, κατά την οποία οι ηλεκτρονικές αγορές ήταν το κύριο μέσο αγοραπωλησίας. Πολλοί από αυτούς δεν διαθέτουν καν συσκευές συμβατές με το διαδίκτυο, ενώ άλλοι που έχουν μια τυπική πρόσβαση σε αυτό δεν έχουν προβεί σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική αγορά.

Από τους συνεντευξιαζόμενους, 4 στους 10 (κα Αγγελική, κα Άννα, κα Γιαννούλα, κος Ιωάννης) απάντησαν πως δεν έχουν ατομική πρόσβαση στο διαδίκτυο, ενώ ταυτόχρονα δεν διαθέτουν κάποια συσκευή που έχει τη δυνατότητα σύνδεσης σε αυτό. Ειδικότερα, η κυρία Άννα 73<sup>ων</sup> ετών, χαρακτηριστικά ανέφερε: *«Με την τεχνολογία δεν ασχολούμαι καθόλου. Στο σπίτι εγώ έχω μόνο σταθερό τηλέφωνο...»*. Παρόμοια με την κα Άννα πολλοί είναι οι ηλικιωμένοι που λόγω νοοτροπίας ή και προσωπικής επιλογής επιλέγουν συνειδητά την αποχή από τον ηλεκτρονικό κόσμο, που ολοένα και μεγαλώνει με την εξέλιξη της τεχνολογίας. Τα παραπάνω ασπάζεται και η κα Αγγελική λέγοντας: *«Με τον υπολογιστή και το ίντερνετ δεν έχω ασχοληθεί ποτέ, ούτε πιστεύω ότι το χρειάζομαι γι' αυτό και δεν έχω»*. Αυτό συμβαίνει καθώς δεν είναι λίγα τα άτομα της τρίτης ηλικίας που πιστεύουν πως η τεχνολογία αφορά αποκλειστικά και μόνο τις νεότερες ηλικίες. Ωστόσο, οι ηλικιωμένοι έλκονται συχνά από την άνεση και την ευκολία που προσφέρει το διαδίκτυο στην απόκτηση νέων προϊόντων ή έχουν χρειαστεί αναγκαστικά να εκμεταλλευτούν αυτές του τις ιδιότητες, κυρίως μέσω τρίτων ατόμων, συχνά των παιδιών και εγγονών τους. Για παράδειγμα, ο κος Ιωάννης, στη συνέντευξή του είπε: *«Δυο-τρεις φορές που χρειάστηκε να αγοράσω ρούχα και τα μαγαζιά ήταν κλειστά, το είπα στον γιο μου και το ανέλαβε αυτός»*.

Συνεχίζοντας την κατηγοριοποίηση των ηλικιωμένων με βάση τη σχέση τους με τις ηλεκτρονικές αγορές φτάνουμε στη μερίδα ατόμων που χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο ως μέσω αγορών από την έναρξη της πανδημίας του covid-19 και την επιβολή του εγκλεισμού. Από το συνεντευξιαζόμενο δείγμα ατόμων χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της κα Μαρίνας, η οποία μας ανέφερε: *«Η πρώτη φορά που χρειάστηκε να ψωνίσω από το διαδίκτυο ήταν λίγο μετά την έναρξη της πρώτης καραντίνας, μέχρι τότε ποτέ δεν το είχαμε συνδυάσει με ψώνια»*. Από τα λόγια αυτά συμπεραίνουμε πως μερικοί ηλικιωμένοι πριν την πανδημία, όχι απλά δεν πραγματοποιούσαν ηλεκτρονικές αγορές, αλλά δεν υπολόγιζαν καν το διαδίκτυο ως μέσω που θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν κάποιες από τις αγορές τους. Γίνεται αντιληπτό, λοιπόν, πως εν μέσω του covid-19 δεν ήταν λίγα τα άτομα της τρίτης ηλικίας που για πρώτη φορά γνώρισαν τον κόσμο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Η πραγματοποίηση ηλεκτρονικών αγορών για αρκετούς ηλικιωμένους δεν ήταν εύκολη κι έτσι κάποιοι κατέφυγαν στη βοήθεια τρίτων συγγενικών ατόμων. Η γενικότερη αναστάτωση που προκάλεσε η αιφνίδια εξάπλωση του covid-19 και οι γρήγοροι ρυθμοί με τους οποίους η καθημερινότητα μπήκε σε μια νέα τροχιά, δεν έδωσαν τη δυνατότητα σε αυτά τα άτομα να εξοικειωθούν ομαλά με το χώρο του διαδικτύου και τον τρόπο που λειτουργούν και ολοκληρώνονται οι ηλεκτρονικές αγορές και συναλλαγές. Ωστόσο, τα άτομα έχοντας ήδη αποκτήσει κάποιες δεξιότητες από τη χρήση του

ίντερνετ και παρακολουθώντας τη διαδικασία μιας ηλεκτρονικής συναλλαγής, κατάφεραν να αφομοιώσουν τις νέες πληροφορίες και να κάνουν τις λοιπές αγορές τους δίχως περαιτέρω καθοδήγηση. Χαρακτηριστικό αποτελεί και πάλι το παράδειγμα της κυρίας Μαρίνας, η οποία δήλωσε: *«Την επόμενη διαδικτυακή αγορά μου την έκανα σχεδόν μόνη μου. [...] Στο τέλος όμως τα κατάφερα».*

Στην τρίτη κατηγορία αυτού του διαχωρισμού συναντάμε τους ηλικιωμένους οι οποίοι πραγματοποιούσαν ηλεκτρονικές αγορές ακόμα και προ πανδημίας. Αυτά τα άτομα είχαν ήδη έρθει σε επαφή και κατακτήσει τον τομέα των ηλεκτρονικών αγορών προτού χρειαστεί αναγκαστικά να προβούν σε αντίστοιχες συναλλαγές. Είναι περισσότερο εξοικειωμένοι, από τα υπόλοιπα μέλη της ηλικιακής τους ομάδας, με το ίντερνετ, ενώ διαθέτουν και περισσότερες συσκευές με πρόσβαση στον διαδικτυακό ιστό, όπως ο κύριος Βασίλης και ο κύριος Παναγιώτης που εκτός από smartphone, τα οποία διαχειρίζονται οι ίδιοι, έχουν στην κατοχή τους tablet και ηλεκτρονικό υπολογιστή. Σε αυτό το σημείο, να τονίσουμε ότι πολλοί ηλικιωμένοι που χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο για ηλεκτρονικές αγορές πριν την πανδημία, χρειάζονταν την καθοδήγηση τρίτων για την ολοκλήρωσή τους. Οι 4 στους 10 συνεντευξιζόμενοι, είχαν πραγματοποιήσει ή αναθέσει σε κάποιον άλλον να ολοκληρώσει, έστω μία, ηλεκτρονική αγορά πριν την εμφάνιση του ιού και παράλληλα συνέχισε κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Τα παραπάνω στηρίζονται και στην απάντηση του κ. Παναγιώτη όταν ρωτήθηκε εάν είχε προβεί σε κάποια ηλεκτρονική αγορά και πριν την πανδημία. *«Όσο αναφορά τις αγορές μέσω internet [...] έχω κάνει κάποιες, καθώς τα παιδιά κατά καιρούς χρειάστηκαν κάποια πράγματα, κι επειδή είτε η πόλη που μένουμε δεν είχε μεγάλη ποικιλία προϊόντων, είτε στο διαδίκτυο βρήκαμε καλύτερες τιμές, επιλέξαμε αυτή τη μέθοδο αγοράς».*

Έχοντας, πια, αποκτήσει μια παραπάνω δεξιότητα όσο αναφορά τον τομέα του διαδικτύου, οι ηλικιωμένοι φαίνονται διατεθειμένοι να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο και τις ηλεκτρονικές αγορές και μετά το πέρας της πανδημίας του covid-19. Οι 6 από τους 10 του δείγματος των ατόμων που ολοκλήρωσαν, μόνοι ή με την καθοδήγηση κάποιου τρίτου ατόμου, μια διαδικτυακή αγορά θα συνέχιζαν να χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και μετά την επιστροφή στην κανονικότητα. Ο κύριος Βασίλης, αναφέρει, εκτός άλλων, για το ηλεκτρονικό εμπόριο: *«Πιστεύω πλέον μας έχει γίνει απαραίτητο, είναι μια νέα συνήθεια που μάλλον ήρθε για να μείνει»* και ο κύριος Παναγιώτης λέει: *«[...] , έχω μείνει πολύ ευχαριστημένος και με έχει διευκολύνει πολύ, [...], πραγματοποιώ τις αγορές μου γρήγορα και εύκολα».*

Από τους παραπάνω συνεντευξιαζόμενους, οι οποίοι θα συνέχιζαν να αξιοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο και μετά την πανδημία, προκύπτει το συμπέρασμα ότι η άποψη αυτή συναντάται κυρίως στις ηλικίες 65-75 ετών. Αυτή η μερίδα των ηλικιωμένων, έχει λάβει μεγαλύτερο επίπεδο μόρφωσης και λόγω του νεότερου της ηλικίας, έχουν μεγαλύτερη διάθεση και επιθυμία να ασχοληθούν με τις νέες τεχνολογίες και συνεπώς τις ηλεκτρονικές αγορές. Η εδραίωση του διαδικτύου σε οικιακή χρήση, έγινε όταν τα άτομα της συγκεκριμένης ηλικιακής κατηγορίας διένυαν μια ενεργή και παραγωγική περίοδο της ζωής τους, γεγονός που τους οδηγεί στο να έχουν μια πιο φιλική στάση απέναντι σε αυτό.

Ωστόσο, παρά τη θετική τους στάση προς το διαδίκτυο, αρκετοί είναι και οι ηλικιωμένοι που μένουν πιστοί στις δια ζώσης αγορές, τις οποίες αναμένουν με το τέλος της καραντίνας, καθώς όπως ανέφερε χαρακτηριστικά ο κύριος Ιωάννης: *«Κακά τα ψέματα άλλο να πας από κοντά να δεις το προϊόν και να το αγγίζεις και άλλο να πάρεις γουρούνι στο σακί»*. Είναι λογικό και αναμενόμενο, άνθρωποι που όλοι τους τη ζωή επιλέγουν τα προϊόντα που θα αγοράσουν από κοντά να μην αισθάνονται την ίδια άνεση στην περίπτωση μιας ηλεκτρονικής αγοράς, κατά την οποία δεν έχουν άμεση επαφή με το αντικείμενο. Πέραν των ηλικιωμένων που αναφέρουν ότι θα συνέχιζαν τις ηλεκτρονικές αγορές και μετά το πέρας της πανδημίας υπάρχει κι αυτή η μερίδα ατόμων τρίτης ηλικίας που υποστηρίζουν πως δε θα ήθελαν να συνεχίσουν τη χρήση αυτής της μεθόδου αγοράς. Η άποψή τους, αυτή, στηρίζεται είτε στο γεγονός ότι προτιμούν να βλέπουν από κοντά το προϊόν κι όχι ψηφιακά, μέσω κάποιας φωτογραφίας, είτε στο ότι οι περισσότεροι ηλικιωμένοι, με τα χρόνια, έχουν αναπτύξει με τους τοπικούς καταστηματάρχες, πέραν των συναλλαγματικών σχέσεων και φιλικούς δεσμούς ή κοινωνικού τύπου υποχρεώσεις. Όπως μας ανέφερε και η κα Γεωργία: *«Ένα συγγενικό μου πρόσωπο κρατάει με νύχια και με δόντια μία μικρή οικογενειακή επιχείρηση. [...] Αν αυτό τον άνθρωπο δεν το στηρίζουμε, όταν με το καλό ανοίξουν επιτέλους τα καταστήματα, πώς θα επιβιώσει;»* Επίσης, σε αυτό το σημείο πρέπει να τονιστεί πως πολλές επιχειρήσεις, κυρίως στο λιανεμπόριο, στοχεύουν στην τρίτη ηλικία ως η πιο κερδοφόρα μερίδα καταναλωτών και περιμένουν εκείνους για να μπορέσουν να επιβιώσουν ή να αναπτυχθούν. Αυτό εξηγείται καθώς, όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 3 της βιβλιογραφίας, οι ηλικιωμένοι διαθέτουν περίπου το διπλάσιο εισόδημα από αυτό των παιδιών τους.

Ακόμα, μπορεί κάποια από τα άτομα της τρίτης ηλικίας να χρησιμοποιούσαν το διαδίκτυο και να αγόραζαν μέσω αυτού διάφορα προϊόντα και υπηρεσίες πριν την εξάπλωση του ιού, όμως ο covid-19 έφερε αναγκαστικά, λόγω των περιοριστικών μέτρων και του κλεισίματος των φυσικών καταστημάτων, τους καταναλωτές όλων των ηλικιακών ομάδων, πιο κοντά με τις

δυνατότητες που προσφέρει ο διαδικτυακός χώρος. Οι άνθρωποι, στις περιόδους του εγκλεισμού χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο ως κύριο μέσο ενημέρωσης, ψυχαγωγίας και επικοινωνίας. Ο τελευταίος τομέας, της επικοινωνίας, έχει αλλάξει άρδην, καθώς ο εγκλεισμός και η ατομική απομόνωση, ως τρόποι αποφυγής της εξάπλωσης και μετάδοσης του covid-19, ωθούν τα άτομα σε διαφορετικές, έμμεσες μορφές αλληλεπίδρασης. Μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης άνθρωποι από διαφορετικές περιοχές μπορούν και συνομιλούν μέσω κλήσεων, βίντεο και μηνυμάτων. Όπως ανέφερε και η κυρία Γεωργία: *«Όλη αυτή την περίοδο του εγκλεισμού, που οι επαφές μας είναι περιορισμένες, η χρήση του viber ήταν μια παρηγοριά για εμένα και τις φίλες μου. [...] Πριν έρθει στη ζωή μας ο covid είχα την παρέα μου και στον ελεύθερο χρόνο μας βρισκόμασταν και συζητούσαμε πίνοντας τον καφέ μας. Τώρα φτιάχνω τον καφέ μου, παίρνω το tablet μου και συνομιλώ με όσες φίλες μου έχουν σύνδεση στο διαδίκτυο, μέσω μιας οθόνης».*

Συμπερασματικά από ολόκληρη την έρευνα, έχει διαπιστωθεί πως οι ηλικιωμένοι, ως άτομα ευπαθής ομάδας, κρίνεται απαραίτητο να περιορίσουν τις επαφές τους και να ελαχιστοποιήσουν τις εξόδους τους. Πολλοί από αυτούς, μένουν μόνοι και απομονωμένοι από το υπόλοιπο κοινωνικό σύνολο και τα μέλη της οικογένειάς τους, με σκοπό να προστατευθούν από τη μεταδοτικότητα του ιού. Ο εγκλεισμός και η απομόνωση, οδηγούν σε ψυχολογικές επιπτώσεις στα ηλικιωμένα άτομα, τα οποία νιώθουν σταδιακά, όχι μόνο να αποκόβονται από την υπόλοιπη οικογένεια, αλλά και να περιθωριοποιούνται σε κοινωνικό επίπεδο. Πέρα από τις επαφές, που τα άτομα της τρίτης ηλικίας έπρεπε να μειώσουν, οι ίδιοι βρέθηκαν στις περιόδους της καραντίνας να στερούνται ακόμα και βασικές καθημερινές βόλτες και εξόδους. Το αποτέλεσμα ήταν οι ηλικιωμένοι να μην μπορούν να συμμετέχουν σε όποια διαδικασία ή επικοινωνία, η οποία τους διατηρούσε δραστήριους και ενεργούς πολίτες της κοινωνίας (όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο 1).

Αναπόφευκτα, το ίντερνετ με τα αναρίθμητα μέσα του, συνέδεσε επιχειρήσεις και καταναλωτές από όλο τον κόσμο. Μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι άνθρωποι κατάφεραν να αποκτήσουν τόσο δυσεύρετα προϊόντα, τα οποία στις περιόδους έξαρσης του ιού βρισκονταν σε έλλειψη και υπεράριθμη ζήτηση (πχ. προστατευτικές μάσκες προσώπου, αντισηπτικές λοσιόν και τζελ), όσο και προϊόντα καθημερινής χρήσης και άμεσης ανάγκης. Η κυρία Γεωργία ανήκει στην μερίδα του πληθυσμού που πραγματοποιεί τις αγορές του σουπερμάρκετ μέσω διαδικτύου στην περίοδο της καραντίνας, κάτι το οποίο δεν συνήθιζε να κάνει το προηγούμενο διάστημα: *«Η πανδημία [...], έχει αλλάξει τις αγοραστικές μας συνήθειες, αφού σχεδόν όλες τις αγορές μας, ακόμα και το σουπερμάρκετ, τις κάνουμε εξ' αποστάσεως».* Από τα παραπάνω λόγια,

μπορούμε να καταλάβουμε πως τα προϊόντα που πια κανείς αναζητά στο διαδίκτυο δεν είναι μόνο εξεζητημένα, αποκλειστικά είδη (πχ. τεχνολογικών προϊόντων ή συγκεκριμένων εξαρτημάτων, ρούχων, υποδημάτων, κτλ.), αλλά και αγαθά καθημερινής χρήσης και αναλώσιμα, όπως τρόφιμα, απορρυπαντικά, κτλ., στα οποία η πρόσβαση είναι εύκολη. Επιπλέον, η συχνότητα των αγορών έχει αλλάξει, καθώς η καθημερινή αγορά μεμονωμένων ειδών από ένα κατάστημα μετατράπηκε σε μια ολοκληρωμένη ηλεκτρονική παραγγελία. Αυτό συνέβη, όχι μόνο λόγω του περιορισμού των μετακινήσεων, αλλά και διότι ο φόβος των ηλικιωμένων απέναντι στον νέο ιό είναι μεγάλος, μιας και ανήκουν στις ευπαθείς πληθυσμιακές ομάδες (όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο 1). Αυτό το συμπεραίνουμε κι από τα λεγόμενα των συνεντευξιαζόμενων, για παράδειγμα η κα Γεωργία, συνεχίζοντας είπε: «[...] τα ψώνια στο σουπερμάρκετ ήταν σχεδόν καθημερινή υπόθεση. Έτσι κι αλλιώς, δεν είχαμε τον φόβο μην κολλήσουμε κάτι, οπότε πηγαίναμε συνέχεια για ένα-δύο πράγματα».

Η ολοκλήρωση μιας διαδικτυακής αγοράς δεν είναι τόσο εύκολη υπόθεση τελικά για έναν ηλικιωμένο. Οι μισοί συνεντευξιαζόμενοι (5/10) που προέβησαν σε μια παραγγελία χρειάστηκαν την βοήθεια και καθοδήγηση κάποιου τρίτου ατόμου για να την πραγματοποιήσουν, ή ανέθεσαν εξ' ολοκλήρου την υλοποίησή της σε κάποιο άλλο άτομο. Το οποίο αποτελεί και το βασικότερο αποτέλεσμα που δημιουργεί η έλλειψη ψηφιακών δεξιοτήτων (όπως αναφέρεται και στο κεφάλαιο 3). Αναφορικά με τα παραπάνω, ακολουθούν τα λόγια της κυρίας Γεωργίας: «Τους λέω τι να μου ψωνίσουν και ολοκληρώνουν την αγορά για μένα. Πιστεύω ότι δεν θα είναι κάτι δύσκολο, απλά δεν έχω ασχοληθεί με αυτό γιατί το κάνουν άλλοι για μένα». Επειδή, οι περισσότεροι ηλικιωμένοι είχαν κάποιο άτομο διαθέσιμο να τους βοηθήσει ή να αναλάβει την αγορά των προϊόντων, επαναπαύθηκαν σε αυτό και δεν έκαναν κάποια προσπάθεια να χρησιμοποιήσουν το διαδίκτυο από μόνοι τους. Επιπλέον, πολλά άτομα της τρίτης ηλικίας απέφυγαν την διαδικασία της ηλεκτρονικής παραγγελίας, καλώντας στα ενδιαφερόμενα καταστήματα και πραγματοποιώντας την αγορά που επιθυμούσαν μέσω τηλεφωνικής κλήσης. Ο κύριος Ιωάννης, στη συνέντευξή του, είπε πως τηλεφώνησε σε έναν γνωστό του καταστηματάρχη για να ολοκληρώσει μια αγορά: «Κάποια άλλη φορά που μου χάλασε η τοστιέρα πήρα τηλέφωνο τον γιο ενός φίλου μου που έχει κατάστημα ηλεκτρικών ειδών, του είπα τι ήθελα και αυτός μου έφερε την καινούργια τοστιέρα στο σπίτι».

Η αύξηση της χρήσης του διαδικτύου στον καιρό της πανδημίας συνεπάγεται με περισσότερες ολοκληρωμένες αγορές από τους καταναλωτές. Έτσι, οι ίδιοι αποκτούν μια άποψη απέναντι στην αξιοπιστία των ηλεκτρονικών αγορών. Τις περισσότερες φορές, οι ηλικιωμένοι φαίνεται να έχουν μείνει αρκετά ευχαριστημένοι με την εξυπηρέτηση και την εμπειρία της συναλλαγής.



Ωστόσο, στο δείγμα μας φαίνεται πως παρά το γεγονός ότι οι ίδιοι είναι ικανοποιημένοι με τις δικές τους συναλλαγές, γνωρίζουν τους κινδύνους ενός αναξιόπιστου ηλεκτρονικού καταστήματος. Ο κύριος Βασίλης λέει: *«Βεβαίως, γνωρίζω ότι υπάρχουν και περιπτώσεις με αναξιόπιστες ιστοσελίδες, που μπορεί να μην είναι ασφαλές και να αντιμετωπίσεις πολλά προβλήματα, [...]»*.

Βλέπουμε τόσο από τη βιβλιογραφία, όσο και από τις συνεντεύξεις, ότι πολλοί είναι οι ηλικιωμένοι που έχουν αναπτύξει μια καλή σχέση με την τεχνολογία και διαθέτουν συσκευές που συνδέονται στο διαδίκτυο (smartphone, tablet, κτλ.). Ωστόσο, μια μερίδα του πληθυσμού πιστεύει πως δεν έχει ανάγκη το διαδίκτυο στην καθημερινότητά της ή πως λόγω ηλικίας δεν είναι σε θέση να αποκτήσει νέες δεξιότητες. Χαρακτηριστικά, η κυρία Γιαννούλα, όπως και άλλοι, ανέφερε: *«Εγώ δε θα ήθελα να ασχοληθώ. Δεν είμαι εγώ γι' αυτά, δεν τα καταλαβαίνω. Στην ηλικία που είμαι ξεχνάω, ούτε που θα θυμάμαι τι κουμπί να πατήσω»*.

Είναι γεγονός πως ο διαδικτυακός χώρος είναι πολύπλοκος και περίπλοκος για ένα άτομο που έρχεται σε επαφή πρώτη φορά με αυτόν, αλλά και για τους ηλικιωμένους οι οποίοι λόγω της φθοράς που επέρχεται με την ηλικία αντιμετωπίζουν προβλήματα όπως απώλεια μνήμης και όρασης που τους δυσκολεύουν στη χρήση και κατανόησή του. Από τη βιβλιογραφία βλέπουμε πως ολοένα και περισσότεροι σχεδιαστές θα πρέπει να ενσωματώσουν τις ανάγκες των ηλικιωμένων στο σχεδιασμό των ιστοσελίδων και της περιήγησης στο ίντερνετ.

Το μεγαλύτερο μέρος των αγορών συμβαίνει στο διαδίκτυο, οι ώρες που ξοδεύονται μπροστά από τις οθόνες έχουν αυξηθεί. Ταυτόχρονα, η κοινωνική ζωή έχει μεταφερθεί αποκλειστικά στο διαδικτυακό χώρο. Τα παραπάνω προϋποθέτουν μια πιο καλή σχέση με την τεχνολογία και τις δυνατότητες που παρέχει. Τα άτομα διαθέτουν πλέον περισσότερες συσκευές που διευκολύνουν την πρόσβαση σε αυτό. Αυτό που μένει, είναι τα άτομα της τρίτης ηλικίας να επιμορφωθούν πάνω στη χρήση των ηλεκτρονικών συσκευών και στη συνέχεια να εξοικειωθούν με τον κόσμο του διαδικτύου και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία, οι ηλικιωμένοι αποτελούν το τμήμα του πληθυσμού με το μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα και μεγάλη ευκαιρία κυρίως για τους έμπορους του διαδικτύου. Συνεπώς, το ηλεκτρονικό εμπόριο θα μπορούσε να βγάλει πολύ μεγαλύτερο κέρδος αν τα άτομα της τρίτης ηλικίας εξοικειωνόντουσαν με αυτό. Αυτό μπορεί να συμβεί στην περίπτωση που οι ιστοσελίδες διάθεσης των προϊόντων επεξεργαστούν κατάλληλα και προσαρμοστούν στις ανάγκες αυτών των καταναλωτών, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως.

Σύμφωνα με όλα τα παραπάνω, γίνεται αντιληπτό ότι ο covid-19 έγινε η αφορμή ώστε το ηλεκτρονικό εμπόριο να ‘αφομοιωθεί’ περισσότερο στην καθημερινότητα και σε ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο ανεξαρτήτως ηλικιακής ομάδας. Το κλείσιμο των καταστημάτων και οι αλλαγές που επέφερε η πανδημία στη ζωή των ανθρώπων, οδήγησε αυτομάτως και αποκλειστικά στην εκτενή χρήση του διαδικτύου. Ο διαδικτυακός ιστός ταυτόχρονα έγινε χώρος συνάντησης, ψυχαγωγίας και εμπορίου. Όλο αυτό έχει ως αποτέλεσμα, η χρήση του διαδικτύου, από το τέλος του 2019 και μετά, να αυξάνεται ραγδαία. Επομένως, όλο και περισσότεροι άνθρωποι γίνονται μέρος του ψηφιακού κόσμου.

## Κεφάλαιο 7<sup>ο</sup> Προτάσεις για Μελλοντικές Έρευνες

Ο Covid-19 επηρέασε και επηρεάζει όλους τους τομείς της κοινωνικής και προσωπικής ζωής των ατόμων. Μέσω της έρευνας διαπιστώσαμε πως πολλοί ηλικιωμένοι, λόγω των έκτακτων συνθηκών και των μέτρων που επιβλήθηκαν στη χώρα μας, ήρθαν για πρώτη φορά σε επαφή με το διαδίκτυο και προσπάθησαν να προσαρμοστούν στον άγνωστο, έως τότε, ηλεκτρονικό του κόσμο. Παράλληλα, άτομα περισσότερο εξοικειωμένα με την τεχνολογία, ανέπτυξαν σε μεγαλύτερο βαθμό τις ψηφιακές τους δεξιότητες. Σαν συνέχεια της παραπάνω εργασίας, θα μπορούσαν να ερευνηθούν οι θετικές προεκτάσεις της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου. Ενδιαφέρουσα θα ήταν η διεξαγωγή μιας εκ νέου έρευνας, που θα μελετούσε τον τρόπο και τον βαθμό κατά τον οποίο τα ηλικιωμένα άτομα ανέπτυξαν ή βελτίωσαν το ψυχολογικό και νοητικό τους επίπεδο, μέσα από τη χρήση του διαδικτύου, των ψηφιακών ιστοσελίδων και των ηλεκτρονικών αγορών.

Οι ηλικιωμένοι τείνουν να αποστασιοποιούνται από τις δραστηριότητες και να χάνουν την ενεργητικότητά τους όσο μεγαλώνουν. Πολλοί θεωρούν πως είναι πλέον ανήμποροι και δεν έχουν άλλες ευκαιρίες να αποκτήσουν μια νέα γνώση, εμπειρία ή δεξιότητα. Το διαδίκτυο προσφέρει μια διαδραστική εμπειρία κατάλληλη, υπό προϋποθέσεις, για κάθε ηλικία. Με την πανδημία και την αναγκαστική του χρήση για επικοινωνία και αγορές, πολλά άτομα της τρίτης ηλικίας αντιλήφθηκαν πως η χρήση του διαδικτύου δεν είναι μια ακατόρθωτη διεργασία. Αυτή η συνειδητοποίηση αντανακλάται στους ηλικιωμένους ενισχύοντας την ψυχολογικής τους διάθεση και αυτοπεποίθηση, θυμίζοντάς τους πως ακόμα μπορούν να ανταπεξέλθουν σε νέες προκλήσεις. Συνεχίζοντας, οι ανενεργές περίοδοι που περνούν οι ηλικιωμένοι, σε πολλές περιπτώσεις μόνοι, τους οδηγούν σε μια ταχεία επιδείνωση των πνευματικών και νοητικών τους ικανοτήτων. Το διαδίκτυο, ως μια καινούργια εμπειρία, δρα καταλυτικά στην αποφυγή της επανάληψης και της απραξίας. Οι ηλικιωμένοι, θα χρειάζεται να επιστρέφουν στη μνήμη τους και να ανακαλούν οδηγίες για τη χρήση των ηλεκτρονικών συσκευών, ή θα έρχονται αντιμέτωποι με νέα διαδικτυακά εργαλεία και επιλογές. Με αυτόν τον τρόπο το μυαλό τους μένει πάντα σε εγρήγορση και συντηρείται.

Ο Covid-19 έχει φανερές αρνητικές επιπτώσεις γύρω μας. Ωστόσο, μπορεί η “κατ’ ανάγκην” χρήση του διαδικτύου να ανοίξει το δρόμο για μια πιο προνομιούχα ζωή στα άτομα της τρίτης ηλικιακής ομάδας, γεγονός που θα ήταν πολύ ενδιαφέρον να ερευνηθεί – μελετηθεί σε μια νέα εργασία.

Τέλος, με το πέρας των χρόνων θα μπορούσε να μελετηθεί εκ νέου η χρήση, καθώς και η αντίληψη των ηλικιωμένων για το ηλεκτρονικό εμπόριο, ώστε να τονιστεί τελικά κατά πόσο συνέβαλε ή όχι η πανδημία Covid-19 στην απόκτηση ή στην καλύτερη εξοικείωση αυτής της ηλικιακής κατηγορίας με την τεχνολογία, το διαδίκτυο και τις αγορές σε αυτό. Κάτι το οποίο στην παρούσα κατάσταση που οι χώρες βρίσκονται ακόμα εν μέσω πανδημίας, δεν μπορεί να γίνει με μεγάλη ακρίβεια και να εμφανίσει όλα τα αποτελέσματα.

## Βιβλιογραφία

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Κώδικας ηθικής και δεοντολογίας της επιστημονικής έρευνας. (2019). Πανεπιστήμιο Πατρών.
- Παρασκευοπούλου-Κόλλια, Ε.-Α. (2008). *Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις*. *Ανοικτή Εκπαίδευση: το περιοδικό για την Ανοικτή και εξ Αποστάσεως Εκπαίδευση και την Εκπαιδευτική Τεχνολογία*, 4(1), 72-81.
- Φιλία, Ι., & Πουρκός, Μ. (2015). *Ποιοτική Μεθοδολογία Έρευνας-Εφαρμογές στην Ψυχολογία και την Εκπαίδευση*. Αθήνα: ΣΕΑΒ.

### Ξένη βιβλιογραφία

- Bitterman, N., & Shalev, I. (2004). *The silver surfer: Making the internet usable for seniors*. *Ergonomics in Design*, 12(1), 24-28.
- Brashear, T. G., Kashyap, V. Musante, M. D. & Donthu, N. (2009). *A profile of the internet shopper: evidence from six countries*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(3), 267-282.
- Gregor, B., Kalińska-Kula, M. (2018). *Rozwój handlu internetowego i jego uwarunkowania—perspektywa oferenta i nabywcy*. *Handel Wewnętrzny*, No. 4, pp. 110-120.
- Hough, M., & Kobylanski, A. (2009). *Increasing elder consumer interactions with information technology*. *Journal of Consumer Marketing*.
- Iyer, R., & Eastman, J. K. (2006). *The elderly and their attitudes toward the internet: the impact on internet use, purchase, and comparison shopping*. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 14(1), 57-67.
- Kasar, K. S., & Karaman, E. (2021). *Life in lockdown: Social isolation, loneliness and quality of life in the elderly during the COVID-19 pandemic: A scoping review*. *Geriatric Nursing*.

- Kim, Y. G., Moon, H., Kim, S. Y., Lee, Y. H., Jeong, D. W., Kim, K., ... & Lee, S. H. (2019). *Inevitable isolation and the change of stress markers in hemodialysis patients during the 2015 MERS-CoV outbreak in Korea. Scientific reports*, 9(1), 1-10.
- Koyuncu, C. & Lien, D. (2003), 'E-Commerce and Consumer's Purchasing Behavior', *Applied Economics*, Vol. 35, pp 721-726.
- Lauer, Stephen A.; Grantz, Kyra H.; Bi, Qifang; Jones, Forrest K.; Zheng, Qulu; Meredith, Hannah R.; Azman, Andrew S.; Reich, Nicholas G. et al. (2020). *The Incubation Period of Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) From Publicly Reported Confirmed Cases: Estimation and Application. Annals of Internal Medicine* 172 (9): 577-582. doi:10.7326/M200504. ISSN 00034819. PMID 32150748. PMC PMC708117 2.
- Law, M., & Ng, M. (2016). *Age and gender differences: Understanding mature online users with the online purchase intention model. Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 26(3), 248-269.
- Mak, I. W. C., Chu, C. M., Pan, P. C., Yiu, M. G. C., & Chan, V. L. (2009). *Long-term psychiatric morbidities among SARS survivors. General hospital psychiatry*, 31(4), 318-326.
- McGann, S., (2002). *Capturing the Dynamics of eBusiness Models: The eBusiness Analysis Framework and the Electronic Trading Infrastructure*. Slovenia, s.n.
- Park, J. S., Lee, E. H., Park, N. R., & Choi, Y. H. (2018). *Mental health of nurses working at a government-designated hospital during a MERS-CoV outbreak: a cross-sectional study. Archives of psychiatric nursing*, 32(1), 2-6.
- Rothan, H. A., & Byrareddy, S. N. (2020). *The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (COVID-19) outbreak. Journal of autoimmunity*, 102433.
- Sipa, M., Gorzeń-Mitka, I., Skibiński, A. (2015). *Determinants of Competitiveness of Small Enterprises: Polish Perspective, Procedia Economics and Finance*, Vol.27, pp. 445-453.
- Srivatsa, S., & Stewart, K. A. (2020). *How should clinicians integrate mental health into epidemic responses?. AMA journal of ethics*, 22(1), 10-15.

Torales, J., O'Higgins, M., Castaldelli-Maia, J. M., & Ventriglio, A. (2020). *The outbreak of COVID-19 coronavirus and its impact on global mental health. International Journal of Social Psychiatry*, 66(4), 317-320.

Turban, E., (2004). *Electronic Commerce 2004: A Managerial Perspective*. Englewood Cliff: Prentice Hall.

Xiang, Y. T., Yang, Y., Li, W., Zhang, L., Zhang, Q., Cheung, T., & Ng, C. H. (2020). *Timely mental health care for the 2019 novel coronavirus outbreak is urgently needed. The Lancet Psychiatry*, 7(3), 228-229.

Zniva, R., & Weitzl, W. (2016). *It's not how old you are but how you are old: A review on aging and consumer behavior. Management Review Quarterly*, 66(4), 267-297.

## Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις

Anderson, M. & Perrin, A. (2017). *Tech Adoption Climbs Among Older Adults*. Ανακτήθηκε από: <https://www.pewresearch.org/internet/2017/05/17/tech-adoption-climbs-among-older-adults/>

Chow, J. (2021). Ηλεκτρονικές αγορές, ηλεκτρονικό εμπόριο και στατιστικές διαδικτύου που πρέπει να γνωρίζετε. Ανακτήθηκε από: <https://www.webhostingsecretrevealed.net/el/blog/ecommerce/online-shopping-ecommerce-and-internet-statistics-2020-you-should-know/>

Convert Group. (2021). Greek eGrocery 2020. Ανακτήθηκε από: <https://convertgroup.com/insight/greek-egrocery-2020/?fbclid=IwAR2imoe0X8WIZRPqnJI8RP6wteDiDYG3C7ZI12mrQjnsuo3mw6CepLXtOd8>

Convert Group. (2021). Greek ePharmacy 2020. Ανακτήθηκε από: <https://convertgroup.com/insight/greek-epharmacy-2020/?fbclid=IwAR1PHN40D07z1d1XyLOds83yQcxhGQf4gzUBO7Mz9yctfovp1re5n13mgBY>

- Digital Steps. (2021). Ηλεκτρονικό Εμπόριο Ελλάδα, ο Covid επιταχώνει την ανάπτυξη. Ανακτήθηκε από: <https://digitalsteps.gr/ilektroniko-emporio-ellada/>
- Dobrev, K. (2018). Global E-Commerce Trends and Statistics. *Amasty, Ltd.* Ανακτήθηκε από: <https://amasty.com/blog/wp-content/uploads/2021/02/GLOBAL-E-COMMERCE-TRENDS-AND-STATISTICS.pdf>
- Eurostat. (2015). Σε Ιταλία και Ελλάδα τα υψηλότερα ποσοστά ηλικιωμένων. *On Med.* Ανακτήθηκε από: <https://www.onmed.gr/ygeia-eidhseis/story/335073/eurostat-se-italia-kai-ellada-ta-ypsiloterapososta-ilikiomenon>
- Eurostat. (2021). E-commerce statistics for individuals. Ανακτήθηκε από: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce\\_statistics\\_for\\_individuals](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics_for_individuals)
- Eurostat. (2021). Eurostat finds that online shopping has become even more popular in 2020. Ανακτήθηκε από: <https://www.greekecommerce.gr/gr/resources/ereynes-gia-ellada/Eurostat-online-shopping-has-become-even-more-popular-in-2020/>
- Eurostat. (2021). Impact of the Coronavirus on e-commerce Survey Results Report. Ανακτήθηκε από: <https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/01/Coronavirus-Survey-Report-January-2021.pdf>
- Newsroom. (2019). *IEFIMERIDA*. Ανακτήθηκε από: <https://www.iefimerida.gr/ygeia/6-askisis-allazoyn-ti-zoi-ton-ilikiomenon>
- Newsroom. (2021). Ελλάδα/Μετακίνηση εκτός νομού: Πότε επιτρέπεται - Τι έγγραφα χρειάζονται. *LIFO*. Ανακτήθηκε από: <https://www.lifo.gr/now/greece/metakinisi-ektos-nomoy-pote-epitrepetai-ti-eggrafa-hreiazontai>
- Team. (2021). Πτώση τζίρου 4,5 δις. στο λιανεμπόριο το 2021. *Τα Νέα*. Ανακτήθηκε από: <https://www.tanea.gr/2021/02/23/economy/economy-greece/ptosi-tzirou-45-dis-sto-lianemporio-to-2021/>
- The Free Dictionary by Farlex. (2020). Covid-19 Ανακτήθηκε από: <https://encyclopedia2.thefreedictionary.com/COVID-19>
- VAGARY. (2020). 10 λόγοι για να αποκτήσετε e-shop σήμερα κιόλας. Ανακτήθηκε από: <https://vagary.gr/why-have-e-shop/>



Wikipedia. (2020). Ηλικιωμένος. Ανακτήθηκε από: <https://el.wikipedia.org/wiki/Ηλικιωμένος>

Wikipedia. (2021). Μέτρα αντιμετώπισης της πανδημίας του κορονοϊού στην Ελλάδα το 2020.

Ανακτήθηκε από:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Μέτρα\\_αντιμετώπισης\\_της\\_πανδημίας\\_του\\_κορονοϊού\\_στην\\_Ελλάδα\\_το\\_2020](https://el.wikipedia.org/wiki/Μέτρα_αντιμετώπισης_της_πανδημίας_του_κορονοϊού_στην_Ελλάδα_το_2020)

World Health Organization. (2020). Coronavirus disease (COVID-19). Ανακτήθηκε από:

<https://www.who.int/news-room/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>

Αλεξανδράκης, Δ. (2017). *Η χρήση των υπολογιστών και του διαδικτύου από ηλικιωμένα άτομα*

*και η πρόθεσή τους για συμμετοχή σε προγράμματα εκπαίδευσης στις ΤΠΕ*. Επιθεώρηση

Εκπαιδευτικών – Επιστημονικών Θεμάτων. Τεύχος 12, 64-77. Ανακτήθηκε από:

[https://www.researchgate.net/publication/340665364\\_E\\_chrese\\_ton\\_ypologiston\\_kai\\_tou\\_diadiktyou\\_apo\\_elikiomena\\_atoma\\_kai\\_e\\_prothese\\_tous\\_gia\\_symmetoche\\_se\\_programmata\\_ekpaideuses\\_stis\\_TPE](https://www.researchgate.net/publication/340665364_E_chrese_ton_ypologiston_kai_tou_diadiktyou_apo_elikiomena_atoma_kai_e_prothese_tous_gia_symmetoche_se_programmata_ekpaideuses_stis_TPE)

Γεγονός οι πρώτοι εμβολιασμοί στην Ελλάδα κατά της Covid-19. (2020). *Η Καθημερινή*.

Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/society/561208456/gegonos-o-protos-emvoliasmos-stin-ellada-kata-tis-covid-19/>

Γιώργος Σακκάς. (2021). Lockdown: Αντιμετωπίζοντας την αποτυχία του δεύτερου

απαγορευτικού, με ένα τρίτο. *NEWS 24/7*. Ανακτήθηκε από:

<https://www.news247.gr/koinonia/lockdown-antimetopizontas-apotychia-deyteroy-apagoreytikoy-trito.9142542.html>

Είδη Ερευνών. Πανεπιστήμιο Κύπρου. Ανακτήθηκε από:

<https://www.ucy.ac.cy/pakepe/el/research-services/research-kind>

Εκτίναξη κατά 171% στις ηλεκτρονικές αγορές στην Ελλάδα. (2021). *Naftemporiki*.

Ανακτήθηκε από: <https://m.naftemporiki.gr/story/1683275>

Ελληνική Δημοκρατία Κυβέρνηση. (2021). 48η Έκθεση Προόδου Παρατηρητηρίου.

Ανακτήθηκε από: <https://covid19.gov.gr/48i-ekthesi-proodou-paratiritiriou/>

Ελληνική Στατιστική Αρχή. (2020). Έρευνα Χρήσης Τεχνολογιών Πληροφόρησης και

Επικοινωνίας από Νοικοκυριά και Άτομα – Χρήση Ηλεκτρονικού Εμπορίου –

Απόρρητο και Προστασία Προσωπικών Δεδομένων. Ανακτήθηκε από:

<https://www.statistics.gr/documents/20181/727080a4-4bb8-eb4d-af56-4aaaa8989b8c>

- ΕΛΣΤΑΤ. (2021). Δελτίο Τύπου Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο: Ιανουάριος 2021 ετήσια μείωση 5,0%. Ανακτήθηκε από: <https://www.statistics.gr/documents/20181/ba38c37b-58cd-e3d2-3e0c-67b8e93871ed>
- Ηλικιωμένοι εξπέρ στο Διαδίκτυο. (2015). *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/life/technology/823139/ilikiomenoi-exper-sto-diadiktyo/>
- ΗΠΑ Κέντρα Ελέγχου και Πρόληψης Νοσημάτων (CDC). (2020). "Ενδιάμεσες οδηγίες για τη συλλογή, το χειρισμό και τη δοκιμή κλινικών δειγμάτων από άτομα για νόσο κοροναϊού 2019 (COVID-19)". Ανακτήθηκε από: <https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/lab/guidelines-clinical-specimens.html>
- Καλαμαρά, Λ. (2020). Ποιες κατηγορίες προϊόντων κέρδισαν περισσότερα κλικ παραγγελιών. *Naftemporiki*. Ανακτήθηκε από: <https://m.naftemporiki.gr/story/1612270>
- Κόντη, Δ. (2021). Στο Διαδίκτυο ολοένα και περισσότεροι ηλικιωμένοι. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/society/561234610/sto-diadiktyo-oloena-kai-perissoteroi-ilikiomenoi/>
- Κουτσούρη, Ν. (2020). COVID-19: Πώς επηρεάζει τους ηλικιωμένους και ποια είναι τα μέτρα προστασίας. Ανακτήθηκε από: <https://www.dunant.gr/el/news/medical-articles/covid-19/ilikiomenoi-covid/>
- Λαμπρόπουλος, Β. (2020). Lockdown: Οι 8 διαφορές της καραντίνας Μαρτίου με Νοεμβρίου. *Τα Νέα*. Ανακτήθηκε από: <https://www.tanea.gr/2020/11/07/greece/lockdown-oi-8-diafores-tis-karantinas-martiou-me-noemvriou/>
- Μανιφάβα, Δ. (2020). Μεγάλη αύξηση των online αγορών και μετά την καραντίνα. *Η Καθημερινή*. Ανακτήθηκε από: <https://www.kathimerini.gr/economy/local/1080037/megali-ayxisi-ton-online-agoron-kai-meta-tin-karantina/>
- Μείωση 76,5% σε τουρίστες και έσοδα το 2020 στην Ελλάδα, Ηλεκτρονική Εφημερίδα για την Τουριστική Βιομηχανία. (2021). *Travel News*. Ανακτήθηκε από: <https://etravelnews.gr/meiosi-76-5-se-touristes-kai-esoda/>
- Μπούρχας, Γ. (2017). Ηλεκτρονικό χρήμα και Ηλεκτρονικές Συναλλαγές. (Δημοσιευμένη Πτυχιακή εργασία). Ανακτήθηκε από: <http://okeanis.lib.puas.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3388/H%CE%9BEKTP>

[ONIKO%20XPRHMA%20KAI%20H%CE%9B%CE%9BA%CE%93%CE%95%CE%A3.pdf?sequence=1](http://www.oniko.gr/ONIKO%20XPRHMA%20KAI%20H%CE%9B%CE%9BA%CE%93%CE%95%CE%A3.pdf?sequence=1)

Μπούργας, Γ. (2017). Το Ηλεκτρονικό Χρήμα & Ηλεκτρονικό Εμπόριο στην Ελλάδα. Ανακτήθηκε από:

<http://okeanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3388/%ce%97%ce%9b%ce%95%ce%9a%ce%a4%ce%a1%ce%9f%ce%9d%ce%99%ce%9a%ce%9f%20%ce%a7%ce%a1%ce%97%ce%9c%ce%91%20%ce%9a%ce%91%ce%99%20%ce%97%ce%9b%ce%95%ce%9a%ce%a4%ce%a1%ce%9f%ce%9d%ce%99%ce%9a%ce%95%ce%a3%20%ce%a3%ce%a5%ce%9d%ce%91%ce%9b%ce%9b%ce%91%ce%93%ce%95%ce%a3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Οδηγός του Πολίτη. (2021). Κορονοϊός: Παράταση του lockdown έως Παρασκευή 14-05-2021.

Ανακτήθηκε από: <http://www.odigostoupoliti.eu/koronoios-paratasi-tou-lockdown-2021/>

ΟΟΣΑ: Σταδιακή ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας από το 2021. (2020). *Naftemporiki*.

Ανακτήθηκε από: <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1664792/oosa-stadiaki-anakampsi-tis-ellinikis-oikonomias-apo-to-2021>

Πόσο έχουν εξοικειωθεί με τις ηλεκτρονικές συναλλαγές οι ηλικιωμένοι. (2020). *TA NEA*.

Ανακτήθηκε από: <https://www.tanea.gr/2020/06/24/economy/poso-exoun-eksoikeiothei-me-tis-ilektronikes-synallages-oi-ilikiomenoi/>

Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (2020). Ανθρώπινα δικαιώματα, συμμετοχή και ευημερία των ηλικιωμένων στην εποχή της ψηφιοποίησης. Ανακτήθηκε από:

[https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjN-KqT6tzvAhXn\\_rsIHWN9CV8QFjAAegQIAhAD&url=https%3A%2F%2Fdata.consilium.europa.eu%2Fdoc%2Fdocument%2FST-11717-2020-REV-1%2Fel%2Fpdf&usg=AOvVaw2wdDSGsfqHSZPKv4-8km0B](https://www.google.gr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjN-KqT6tzvAhXn_rsIHWN9CV8QFjAAegQIAhAD&url=https%3A%2F%2Fdata.consilium.europa.eu%2Fdoc%2Fdocument%2FST-11717-2020-REV-1%2Fel%2Fpdf&usg=AOvVaw2wdDSGsfqHSZPKv4-8km0B)

Υπερδιπλασιάστηκαν οι αγορές στα e-shops την περίοδο της καραντίνας - Τι δείχνει η πρώτη έρευνα. (2020). *Lifo*. Ανακτήθηκε από:

<https://www.lifo.gr/now/economy/yperdiplasiastikan-oi-agores-sta-e-shops-tin-periodo-tis-karantinas-ti-deihnei-i-proti>

Φεντούρη, Ι. (2020). Η καραντίνα δίνει ώθηση στις ηλεκτρονικές αγορές. *Ελεύθερος Τύπος*. Ανακτήθηκε από: <https://eleftherostypos.gr/oikonomia/553337-h-karantina-dinei-wthsh-stis-hlektronikes-agores/>

# Παραρτήματα

## 1. Οδηγός Συνεντεύξεων (Πρωτόκολλο Συνέντευξης)

Πείτε μας λίγα πράγματα για εσάς...

- Πόσο χρονών είστε;
  - Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης που έχετε λάβει;
  - Ποια είναι η εργασιακή σας κατάσταση;
  - Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
- 1) Ποιος κάνει τα ψώνια του νοικοκυριού σας; / Σε ποιο βαθμό συμμετέχετε στα ψώνια του νοικοκυριού σας;
  - 2) Ποια είναι η σχέση σας με την τεχνολογία; Έχετε ίντερνετ στο σπίτι, smartphone /κινητό, tablet, Η/Υ;
  - 3) Πριν την πανδημία, χρησιμοποιούσατε το διαδίκτυο για να κάνετε αγορές;
  - 4) Με τις νέες συνθήκες που επέφερε ο Covid-19, χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο για να κάνετε αγορές; (Εφόσον έγινε μια τέτοια αγορά, την ολοκληρώσατε μόνοι σας ή με τη βοήθεια κάποιου άλλου ατόμου; - αντιμετωπίσατε συγκεκριμένα προβλήματα, και ποια είναι αυτά;) Πως θα χαρακτηρίζατε τη διαδικασία των ηλεκτρονικών αγορών ως προς τη δυσκολία τους;
  - 5) Για ποιες κατηγορίες αγορών χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο (και πόσο συχνά);
  - 6) Με ποιον άλλο τρόπο ολοκληρώσατε τις αγορές σας κατά τη διάρκεια του Covid-19;
  - 7) Πως θα χαρακτηρίζατε το ηλεκτρονικό εμπόριο, ως προς την αξιοπιστία του; Αναλύστε μας την άποψή σας...
  - 8) Πόσο χρήσιμο θεωρείτε πως υπήρξε το ψηφιακό εμπόριο κατά τη διάρκεια του Covid-19;
  - 9) Θα συνεχίζατε τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και μετά το τέλος της πανδημίας Covid-19;