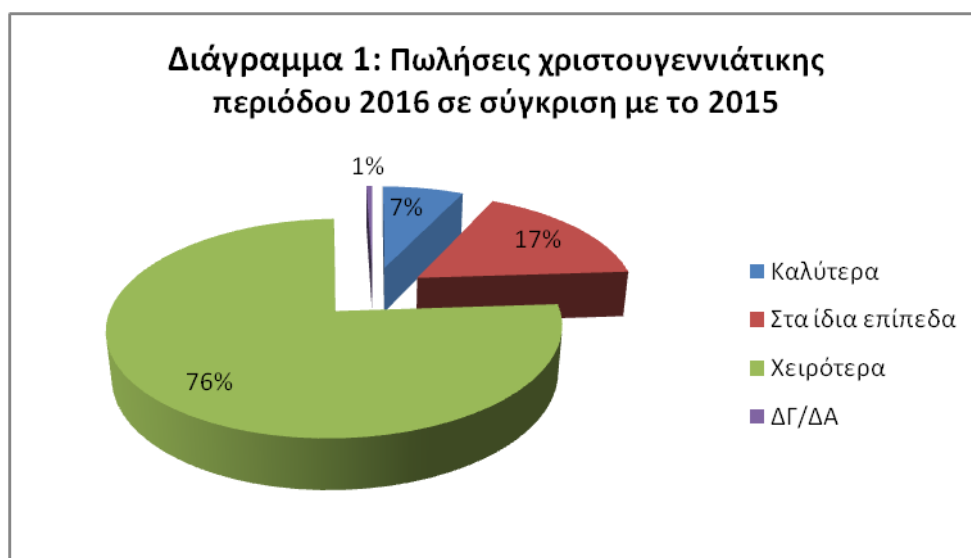
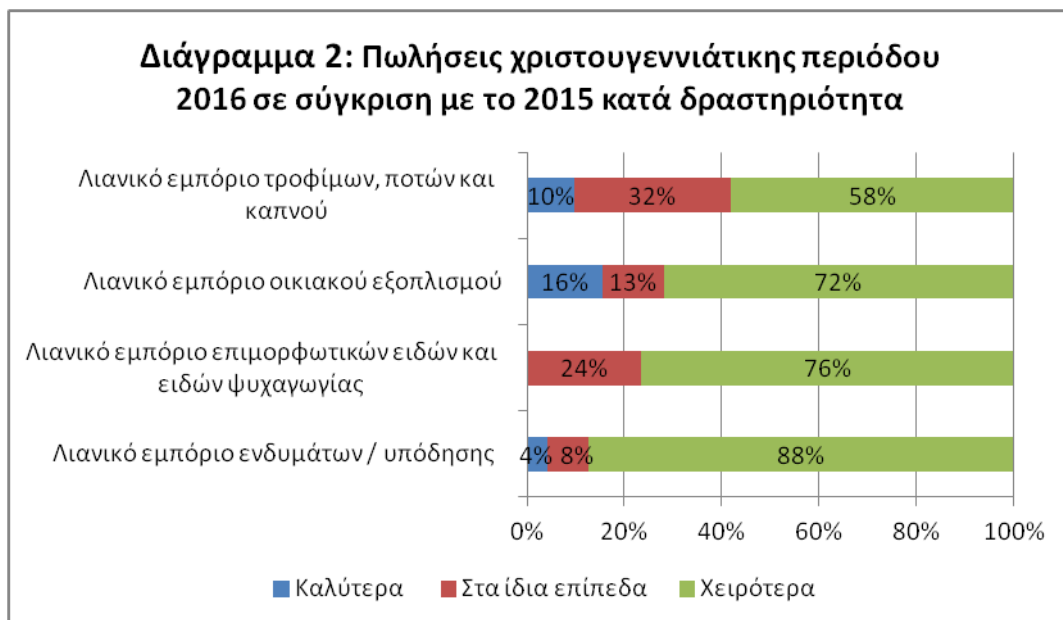


Αποτελέσματα έρευνας
για την εμπορική κίνηση της εορταστικής περιόδου
με εξαίρεση τα καύσιμα και τις υπηρεσίες

Αναλυτικότερα, σύμφωνα με τα αποτελέσματα τρεις στις τέσσερις (76%) επιχειρήσεις παρουσίασαν χαμηλότερα επίπεδα τζίρου από τα αντίστοιχα της προηγούμενης χρονιάς, περίπου μία στις πέντε (17%) κατέγραψε αμετάβλητο κύκλο εργασιών και το 7% των επιχειρήσεων σημειώνει το 2016 τζίρο μεγαλύτερο από τον περυσινό.



Στον κλάδο της ένδυσης/υπόδησης το ποσοστό των καταστημάτων που σημείωσε μειωμένες πωλήσεις ανέρχεται στο 88%. Στον αντίποδα, το μικρότερο ποσοστό πτώσης του κύκλου εργασιών εμφανίζεται στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των τροφίμων (58%), καθιστώντας το συγκεκριμένο κλάδο ως τον ανθεκτικότερο του εμπορίου.

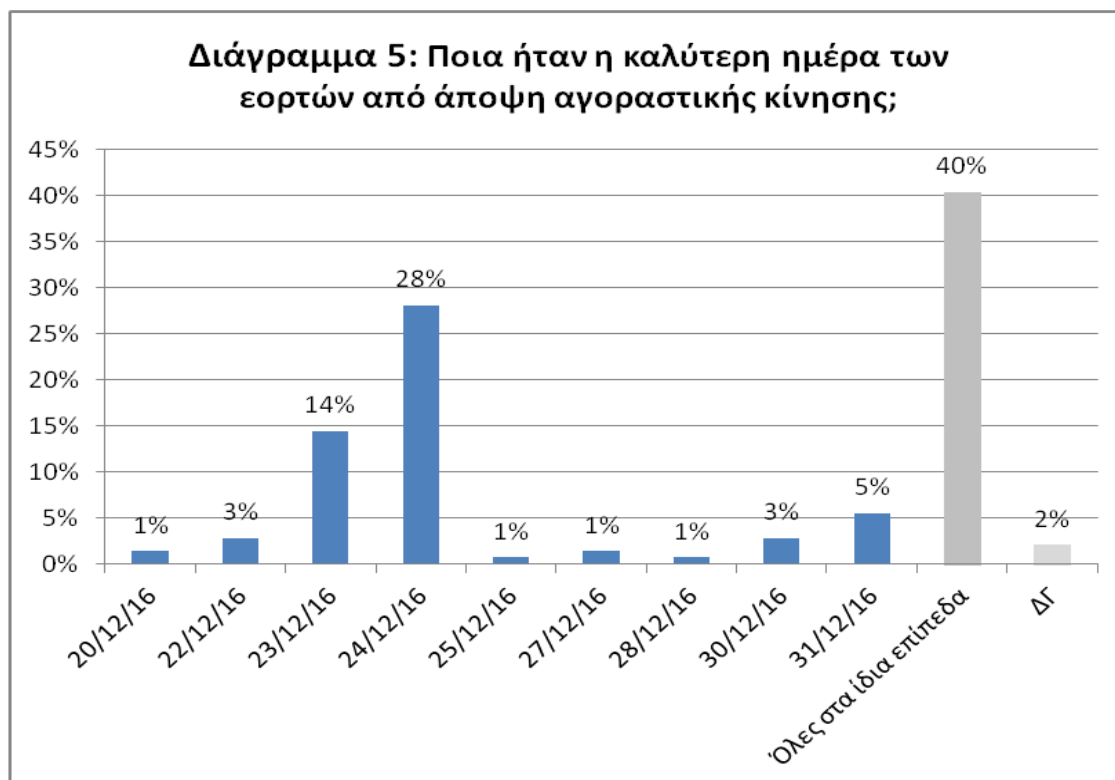
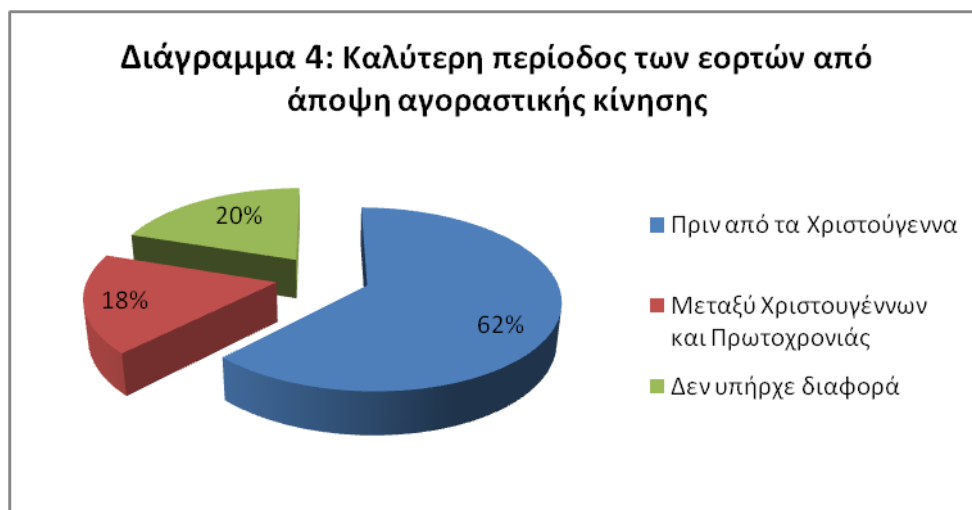


Επιπλέον, το 28% των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι η μείωση ανέρχεται σε ποσοστό άνω του 40%, το 12% σε ένα εύρος μεταξύ 31% και 40% ενώ στις υπόλοιπες κατηγορίες ισοκατανέμονται οι απαντήσεις με ένα ποσοστό που αγγίζει το 20%. **Ουσιαστικά 4 στις 10 επιχειρήσεις που είχαν μείωση πωλήσεων φαίνεται να χάνουν πάνω από 30% του τζίρου τους μέσα σε έναν χρόνο, τη συγκεκριμένη περίοδο αναφοράς.**



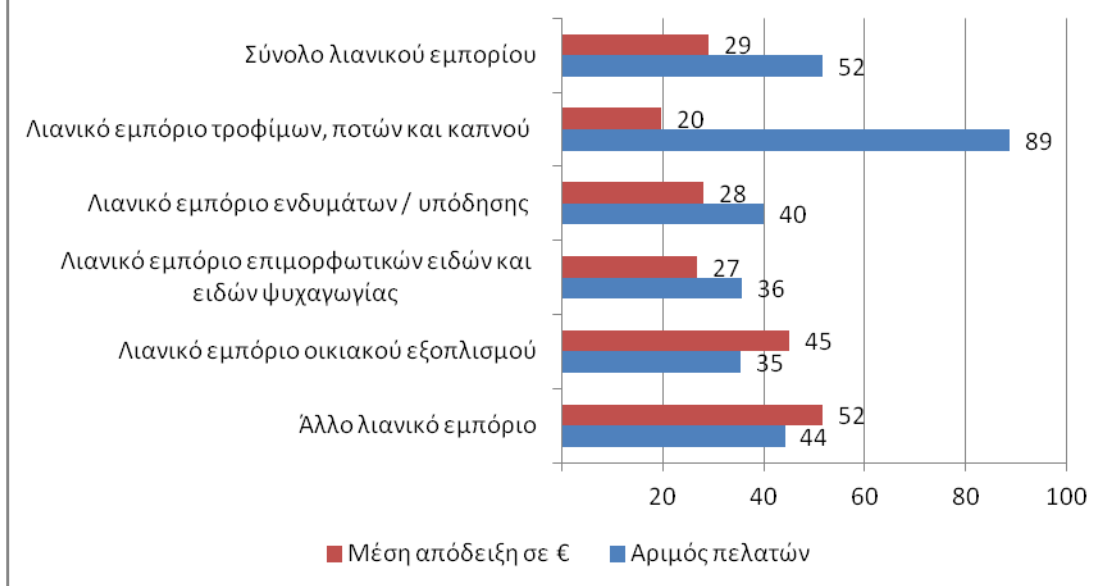
Η καλύτερη εβδομάδα των Εορτών

Οι έμποροι σε ποσοστό 62% θεωρούν ότι η **καλύτερη περίοδος**, όσον αφορά στην αγοραστική κίνηση, ήταν **οι μέρες πριν από τα Χριστούγεννα**. Συγκεκριμένα, η παραμονή και η προπαραμονή των Χριστουγέννων αναφέρονται από το 42%, ως οι ημέρες με την καλύτερη επίδοση, ωστόσο το 40% δήλωσε ότι όλες οι ημέρες κινήθηκαν στα ίδια επίπεδα (βλ. Διάγραμμα 5).



Επισκεψιμότητα: Παράλληλα, για την ημέρα που οι έμποροι δήλωσαν ότι η επιχείρησή τους παρουσίασε την καλύτερη εικόνα από άποψη αγοραστικής κίνησης, τους ζητήθηκε να προσδιορίσουν: α) τον αριθμό των ατόμων που προέβησαν σε αγορές στο κατάστημά τους καθώς και β) τον μέσο όρο σε ευρώ των αποδείξεων που έκοψαν (μέση αξία απόδειξης). Στο σύνολο του δείγματος **ο μέσος αριθμός πελατών ανέρχεται στα 52 άτομα, με μέση απόδειξη 29€.** Εντός των κλάδων του λιανικού εμπορίου παρατηρείται πως ο κλάδος των τροφίμων εμφανίζει τον μεγαλύτερο μέσο αριθμό πελατών με 89 άτομα την ημέρα. Η κατηγορία «άλλο λιανικό εμπόριο» εμφανίζει τη μεγαλύτερη μέση απόδειξη και αυτό γιατί εντός της συγκεκριμένης κατηγορίας υπάρχουν καταστήματα λιανικού εμπορίου κοσμημάτων/ρολογιών που το επίπεδο τιμών των προϊόντων τους είναι σαφώς υψηλότερο από οποιονδήποτε άλλο κλάδο. Ανησυχητικό για τον κλάδο της ένδυσης/υπόδησης είναι το γεγονός ότι η μέση απόδειξη εκτιμήθηκε στα 28€, σαφώς μικρότερη σε σύγκριση με το 2014 που είχε υπολογιστεί στα 53€, γεγονός που καταδεικνύει το πρόβλημα ρευστότητας που υπάρχει στην ελληνική αγορά. Επιπλέον να σημειωθεί ότι το 42% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι οι πελάτες κατά τη διάρκεια των εορτών χρησιμοποίησαν κυρίως μετρητά για τις αγορές τους και το 24% χρησιμοποίησε κάρτες, ενώ το 32% δήλωσε ότι οι πελάτες χρησιμοποίησαν και τα δυο μέσα συναλλαγής ισομερώς.

Διάγραμμα 6: Μέσος αριθμός πελατών και μέση απόδειξη σε ευρώ κατά κλάδο δραστηριοποίησης

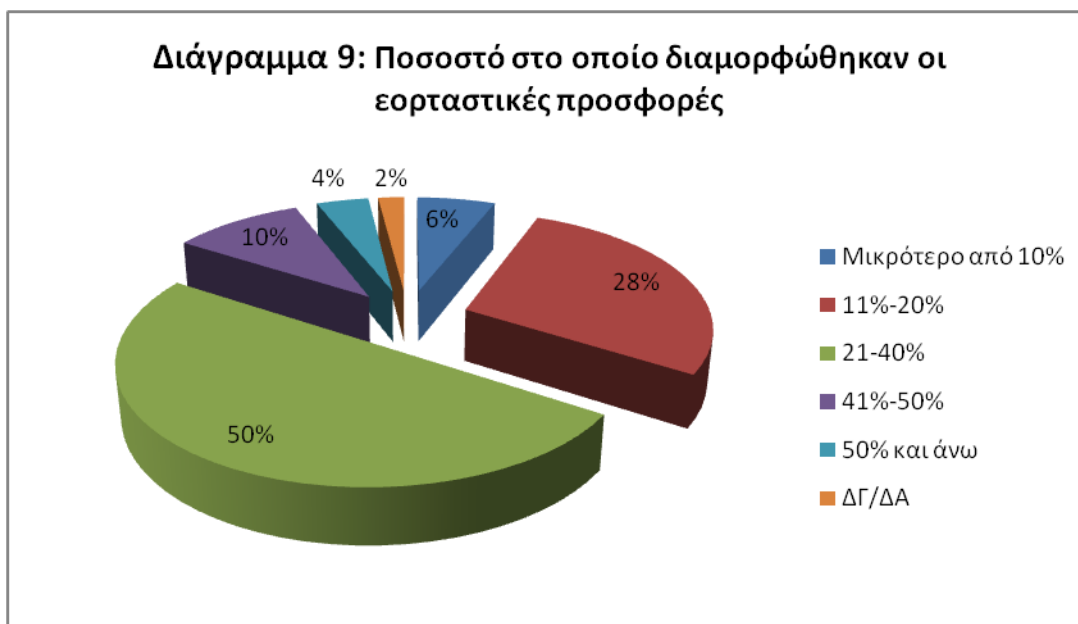
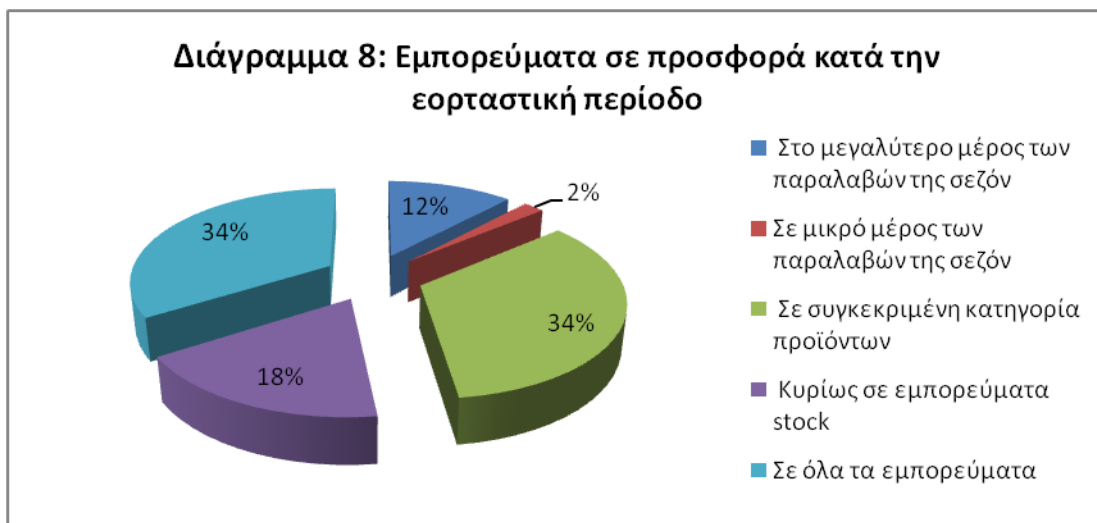


Μία στις τρεις επιχειρήσεις στο σύνολο του λιανικού εμπορίου, **πραγματοποίησε προσφορές την περίοδο των Χριστουγέννων**. Το 50% των επιχειρήσεων ένδυσης/υπόδησης και το 41% των επιχειρήσεων οικιακού εξοπλισμού επέλεξαν να κάνουν προσφορές. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου τροφίμων και επιμορφωτικών ειδών εμφανίζουν μικρότερα ποσοστά, της τάξης του 10% και 18%.

Διάγραμμα 7: Προσφορές την εορταστική περίοδο κατά κλάδο εμπορίου



Μία στις τρεις επιχειρήσεις προέβη σε προσφορές, είτε σε συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων, είτε σε όλα τα εμπορεύματα, ενώ μία στις πέντε είχε προσφορές σε εμπορεύματα stock. Μεταξύ 21% και 40%, είναι το ύψος των προσφορών που επέλεξε το 50% των επιχειρήσεων, όπως άλλωστε συμβαίνει και στις κατεξοχήν εκπτώτικες περιόδους.



Open malls: Μια λίγο καλύτερη εικόνα

Η κίνηση της φετινής εορταστικής περιόδου στις συμβεβλημένες εμπορικές επιχειρήσεις των ΑΚΕ σε Πειραιά - Θεσσαλονίκη - Πάτρα - Αλεξανδρούπολη

Σε συνέχεια των προηγούμενων δυο τακτικών ερευνών του INEMY (θερινές εκπτώσεις και κίνηση εκπτώτικου δεκαημέρου του Νοεμβρίου) που πραγματοποιήθηκαν στις συμβεβλημένες εμπορικές επιχειρήσεις των ΑΚΕ/Open Malls (του Πειραιά, της Θεσσαλονίκης, της Πάτρας και της Αλεξανδρούπολης), παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για την κίνηση κατά την εορταστική περίοδο στις συγκεκριμένες επιχειρήσεις. Τα δεδομένα για τις επιχειρήσεις των ΑΚΕ παρουσιάζονται συνολικά και δεν λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαίτερες περιπτώσεις κάθε τοπικής αγοράς.

Ενδιαφέρον παρουσίασε η έρευνα στα ΑΚΕ αφού σε σύγκριση με το σύνολο των επιχειρήσεων, οι απαντήσεις για «αρνητικά» αποτελέσματα ήταν λιγότερες κατά οκτώ ποσοστιαίες μονάδες. Δηλαδή το 68% (σε αντίθεση με το 76% του συνόλου) δήλωσε ότι σημείωσε χαμηλότερα επίπεδα πωλήσεων σε σχέση με το 2015. Επίσης, μία στις πέντε επιχειρήσεις κατέγραψε σταθερότητα των πωλήσεων σε σύγκριση με πέρυσι, ενώ το 8% δήλωσε αύξηση του τζίρου.



Όσον αφορά στο ποσοστό μείωσης των πωλήσεων, η πλειονότητα των επιχειρήσεων δήλωσε ότι κυμάνθηκε μεταξύ 11% και 20%, μικρό μέρος αυτών βρέθηκε να έχει μείωση της τάξης χαμηλότερης του 10%, ενώ στις υπόλοιπες κατηγορίες τα ποσοστά κυμαίνονται μεταξύ του 20%.



Οι Εμπορικοί Σύλλογοι για την εμπορική κίνηση των Εορτών

Σύμφωνα με τους Εμπορικούς Συλλόγους, οι πωλήσεις των καταστημάτων λιανεμπορίου στο διάστημα των φετινών εορτών εμφάνισαν **πτωτική τάση** στη συντριπτική πλειονότητα των περιοχών, η οποία σε μεσοσταθμική βάση ανήλθε **στα επίπεδα του 17,6%, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περυσινή εορταστική περίοδο**. Η γενική τάση που προκύπτει από τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων των Εμπορικών Συλλόγων, είναι ότι η περίοδος των φετινών εορτών, δε βοήθησε ιδιαίτερα τις μικρές και μεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς στη συντριπτική πλειονότητα τους δήλωσαν ότι οι πωλήσεις ήταν μειωμένες σε σύγκριση με πέρυσι. Οι εν λόγω εκτιμήσεις συμφωνούν με τα ευρήματα της δειγματοληπτικής έρευνας που διενεργήθηκε σε πανελλαδικό

επίπεδο. Παρόλη την επικρατούσα γενική υποτονική αγοραστική κίνηση, το λιανικό εμπόριο επιμένει και συνεχίζει τη μεγάλη προσπάθεια για ανάκαμψη, υιοθετώντας προσφορές μειωμένων τιμών στους καταναλωτές, ακόμα και κατά την εορταστική περίοδο.

Παρατίθεται αναλυτικός πίνακας με τις εκτιμήσεις των Εμπορικών Συλλόγων αναφορικά με τη μεταβολή των πωλήσεων στα καταστήματα, σε 83 περιοχές της χώρας.

Πίνακας 1: Συγκριτικές εκτιμήσεις των Εμπορικών Συλλόγων για την πορεία των πωλήσεων στα καταστήματα σε 83 περιοχές στη διάρκεια των Εορτών (2016/2015)	
Εμπορικοί Σύλλογοι	ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΟ ΠΟΣΟΣΤΟ (%) μείωσης/αύξησης
1. Ε.Σ Αθηνών	Ιστορικό Κέντρο: - ≤10%
	Υπόλοιπη Αθήνα: - 11-20%
2. Ε.Σ Θεσσαλονίκης	- 21-30%
3. Ε.Σ Πειραιώς	- 21-30%
4. Ε.Σ Πάτρας	- ≤10%
5. Ε.Σ Περιστερίου	- 11-20%
6. Ε.Σ Αμαρουσίου	- 11-20%
7. Ε.Σ Νίκαιας	- 21-30%
8. Ε.Σ Ν. Ιωνίας	- 11-20%
9. Ε.Σ Γαλατσίου-Λαμπρινής	Στα ίδια επίπεδα
10. Ε.Σ Γλυφάδας	- 21-30%
11. Ε.Σ Κερατσινίου- Δραπετσώνας	- 11-20%
12. Ε.Σ Χαλανδρίου	- 11-20%
13. Ε.Σ Κηφισιάς	- 21-30%
14. Ε.Σ Π. Φαλήρου	- 31-40%
15. Ε.Σ Ιλίου	- 21-30%
16. Ε.Σ Μοσχάτου	- ≤10%
17. Ε.Σ Κεφαλληνίας & Ιθάκης	- 31-40%
18. Ε.Σ Καρδίτσας	- 21-30%
19. Ε.Σ Λάρισας	- ≤10%
20. Ε.Σ Λαμίας	- 31-40%
21. Ε.Σ Βόλου	- 21-30%
22. Ε.Σ Σπάρτης	- ≤10%
23. Ε.Σ Τρικάλων	- 11-20%
24. Ε.Σ Μεγάρων	- 11-20%
25. Ε.Σ Λευκάδας	- 31-40%
26. Ε.Σ Αργινίου	- 11-20%
27. Ε.Σ Ηγουμενίτσας	- ≤10%
28. Ε.Σ. Άργους	- 11-20%

29. Ε.Σ Ιωαννίνων	- 21-30%
30. Ε.Σ Άρτας	- > 41%
31. Ε.Σ Σάμου	- 21-30%
32. Ε.Σ Θηβών	- 11-20%
33. Ε.Σ Έδεσσας	- 21-30%
34. Ε.Σ Γρεβενών	- ≤10%
35. Ε.Σ Καστοριάς	- 21-30%
36. Ε.Σ Νάουσας	- 11-20%
37. Ε.Σ Βέροιας	- 11-20%
38. Ε.Σ Πτολεμαΐδας	- 21-30%
39. Ε.Σ Φλώρινας	- 11-20%
40. Ε.Σ Ρόδου	- 21-30%
41. Ε.Σ Χαλκίδας	- 11-20%
42. Ε.Σ Πύργου	- 21-30%
43. Ε.Σ Αλεξανδρούπολης	- ≤10%
44. Ε.Σ Δράμας	- 21-30%
45. Ε.Σ Κατερίνης	- 31-40%
46. Ε.Σ Ξάνθης	- 21-30%
47. Ε.Σ Καβάλας	- 21-30%
48. Ε.Σ Κομοτηνής	- ≤10%
49. Ε.Σ Κιλκίς	- 31-40%
50. Ε.Σ Σερρών	- 21-30%
51. Ε.Σ Καλαμάτας	- 11-20%
52. Ε.Σ Σητείας	- ≤10%
53. Ε.Σ Ιεράπετρας	- ≤10%
54. Ε.Σ Αγίου Νικολάου	- 21-30%
55. Ε.Σ Ρεθύμνου	- ≤10%
56. Ε.Σ Ηρακλείου	- 11-20%
57. Ε.Σ Χανίων	- 11-20%
58. Ε.Σ Ζακύνθου	- ≤10%
59. Ε.Σ Ναυπλίου	- ≤10%
60. Ε.Σ Κορίνθου	- ≤10%
61. Ε.Σ Κέρκυρας	- ≤10%
62. Ε.Σ. Δ. Πύλης	- ≤10%
63. Ε.Σ Λιβαδειάς	- ≤10%
64. Ε.Σ Αμαλιάδας	- ≤10%
65. Ε.Σ Αιγιαλείας	- 11-20%
66. Ε.Σ Κιάτου	- 11-20%
67. Ε.Σ Νάξου	- > 41%
68. Ε.Σ Πάρου-Αντίπαρου	-31-40%
69. Ε.Σ Αμύνταιου	- 11-20%
70. Ε.Σ Γιαννιτσών	- 11-20%
71. Ε.Σ Πρέβεζας	- ≤10%
72. Ε.Σ Θήρας	- 11-20%
73. Ε.Σ Μεσολογγίου	- 11-20%
74. Ε.Σ Κω	- 31-40%
75. Ε.Σ Αταλάντης	-21-30%

76. Ε.Σ Αγίου Κωνσταντίνου	- 21-30%
77. Ε.Σ Λέρου	Στα ίδια επίπεδα
78. Ε.Σ Μεγαλόπολης	- > 41%
79. Ε.Σ Τρίπολης	- ≤10%
80. Ε.Σ Αλεξάνδρειας	- ≤10%
81. Ε.Σ Κυπαρισσίας	+ ≤10%
82. Ε.Σ Σύρου	- 11-20%
83. Ε.Σ. Κοζάνης	- 15%
Μ.Ο. (%) 2016/2015	- 17,6%

***Ταυτότητα έρευνας:** Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου, σε τυχαίο δείγμα 200 επιχειρήσεων σε εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας. Επιπλέον, οι συμβεβλημένες επιχειρήσεις στο πρόγραμμα Ανοιχτού Κέντρου Εμπορίου (Open Mall) διερευνήθηκαν ξεχωριστά, ενώ ταυτόχρονα κατεγράφησαν οι εκτιμήσεις 83 Εμπορικών Συλλόγων και Ομοσπονδιών Μελών της ΕΣΕΕ σε ολόκληρη την Επικράτεια.*