



Αθήνα, 7 Ιανουαρίου 2019

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

«Τα αποτελέσματα της έρευνας του INEMY της ΕΣΕΕ για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου 2018»

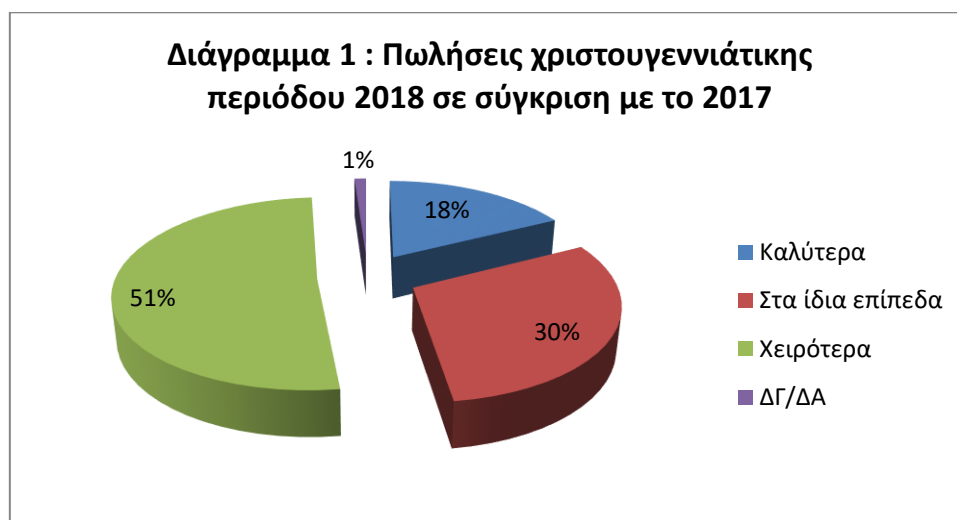
Το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την περιοδική έρευνα για την κίνηση της αγοράς κατά την περίοδο των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς. Οι πωλήσεις κατά την εορταστική περίοδο κινήθηκαν σε οριακά χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με πέρυσι.

Σύνοψη αποτελεσμάτων

- ✓ Χαμηλότερος ήταν ο χριστουγεννιάτικος τζίρος για τις μισές επιχειρήσεις **51%** σε σύγκριση με το αντίστοιχο ποσοστό του 2017, το οποίο ήταν 42% (με μειώσεις της τάξης του 10%-20%). Ο κλάδος που επλήγη περισσότερο είναι η ένδυση/υπόδηση, ενώ αυτός των τροφίμων ποτών είχε τις μικρότερες απώλειες.
- ✓ Αύξηση στις πωλήσεις κατέγραψε μόλις το **18%** των επιχειρήσεων. Ωστόσο, το ποσοστό αυτό ανεβαίνει στο **24%** για όσες επιχειρήσεις απασχολούν μισθωτή εργασία και σε **28,6%** για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Με άλλα λόγια θα λέγαμε ότι περισσότερο χαμένοι ήταν οι αυτοαπασχολούμενοι έμποροι και οι πολύ μικρές επιχειρήσεις.
- ✓ Οπωσδήποτε, σημαντικές διαφοροποιήσεις παρουσιάστηκαν και μεταξύ των πολύ μεγάλων επιχειρήσεων που βρίσκονται στις εμπορικές πιάτσες και οι οποίες συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο μερίδιο του τζίρου.
- ✓ Την υποτονική σε τζίρο έναρξη της εορταστικής περιόδου ακολούθησε η πολύ έντονη αγοραστική κίνηση των τελευταίων ημερών. Έτσι, φαίνεται ότι η καλύτερη περίοδος των εορτών από άποψη αγοραστικής κίνησης, ήταν η εβδομάδα **πριν από τα Χριστούγεννα (45%)**, ενώ για ένα σημαντικό ποσοστό (32%), η εβδομάδα μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς.
- ✓ Καλύτερα ή χειρότερα ένα είναι σίγουρο: κινήθηκαν περισσότερο τα πιο φτηνά προϊόντα (46,8%) σε αντίθεση με τα πιο ακριβά (3,7%).
- ✓ Ιδιαίτερα ενδιαφέρον είναι το εύρημα του τρόπου κάλυψης των αναγκών σε προσωπικό. Η πλειοψηφία **74,5%** αναγκάστηκαν να καλύψουν οι ίδιοι το διευρυμένο ωράριο και 22,3% επέλεξαν να διευρύνουν το ωράριο των μισθωτών τους.
- ✓ Σχεδόν οι 4 στους 10 επιχειρηματίες πραγματοποίησαν προσφορές στα καταστήματά τους κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου, ποσοστό μειωμένο σε σχέση με πέρυσι.
- ✓ Τέλος, τα $\frac{3}{4}$ των επιχειρήσεων φαίνεται ότι κατάφεραν να καλύψουν τις φορολογικές υποχρεώσεις τους.

Αναλυτική παρουσίαση αποτελεσμάτων της έρευνας

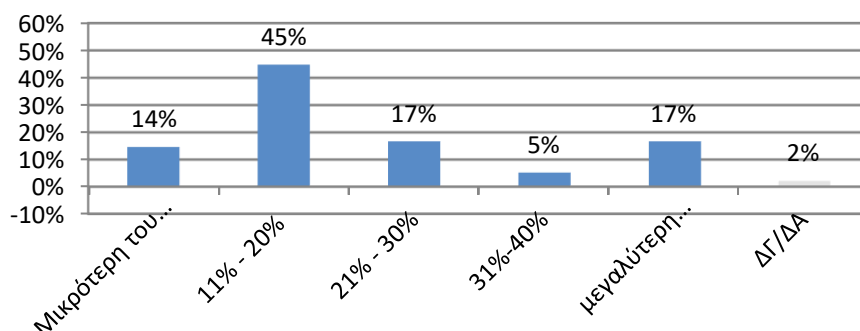
Σύμφωνα με την έρευνα του INEMY-ΕΣΕΕ για την κίνηση της αγοράς την περίοδο των Χριστουγέννων, σε μία στις δύο επιχειρήσεις ο τζίρος κινήθηκε σε χαμηλότερα επίπεδα από τα αντίστοιχα της προηγούμενης χρονιάς, σε μία στις τρεις παρέμεινε σταθερός και μία στις πέντε πραγματοποίησε υψηλότερες πωλήσεις σε σύγκριση με πέρυσι.



Από τις επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι οι πωλήσεις μειώθηκαν σε σύγκριση με την περυσινή χριστουγεννιάτικη εορταστική περίοδο, το 15% είχε πτώση έως και 10%, ενώ οι περισσότερες επιχειρήσεις (45%) είχαν μείωση από 11 – 20%. Τέλος, ποσοστό 17% κατέγραψε μείωση στις πωλήσεις του άνω του 41% (Πίνακες 6-7).

Π-1 Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι;		
	Χριστούγεννα 2018	Χριστούγεννα 2017
Καλύτερα	17,6%	19,8%
Στα ίδια επίπεδα	30,3%	35,1%
Χειρότερα	51,1%	42,3%
ΔΓ/ΔΑ	1,0%	2,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%

Διάγραμμα 2: Ποσοστό μείωσης πωλήσεων την περίοδο των Χριστουγέννων του 2018 σε σύγκριση με το 2017



Βεβαίως, οι βασικές αυτές διαπιστώσεις διαφοροποιούνται αισθητά ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, το είδος αλλά και την περιοχή που είναι εγκατεστημένη. Έτσι, οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις, όσες δηλαδή, έχουν μεγαλύτερο τζίρο και απασχολούν προσωπικό, εμφανίζουν μια σαφώς καλύτερη εικόνα. Το ίδιο ισχύει και εάν κάποιος εξετάσει τη γεωγραφική περιοχή στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Στην Αττική και στη Νότια Ελλάδα περισσότερες επιχειρήσεις πήγαν καλύτερα σε σύγκριση με τη Βόρεια ή την Κεντρική Ελλάδα. Τέλος, ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δοθεί στον πολυπληθή και παραδοσιακό κλάδο της ένδυσης, ο οποίος καταγράφει χειρότερες επιδόσεις σε σύγκριση με άλλους κλάδους.

Π-2								
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι; (με βάση τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης)								
		Κύκλος εργασιών της επιχείρησης						Σύνολο
		Κάτω των 15.000 €	15.000 – 29.999 €	30.000 - 44.999 €	45.000 - 69.999 €	Άνω των 70.000 €	ΔΓ/ΔΑ	
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι;	Καλύτερα	12,1%	16,7%	13,3%	22,2%	28,6%	12,0%	17,6%
	Στα ίδια επίπεδα	27,3%	40,0%	40,0%	16,7%	38,1%	22,0%	30,3%
	Χειρότερα	60,6%	43,3%	46,7%	61,1%	33,3%	62,0%	51,1%
	ΔΓ/ΔΑ						4,0%	1,0%
Σύνολο		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Π-3						
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι; (Μεγάλη γεωγραφική περιοχή)						
		Μεγάλη γεωγραφική περιοχή				Σύνολο
		ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ	ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	ΑΤΤΙΚΗ	ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ, ΚΡΗΤΗ	
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι;	Καλύτερα	11,3%	15,9%	15,6%	37,0%	17,6%
	Στα ίδια επίπεδα	26,4%	38,6%	31,3%	22,3%	30,3%
	Χειρότερα	60,4%	45,5%	51,6%	40,7%	51,1%
	ΔΓ/ΔΑ	1,9%		1,5%		1,0%
Σύνολο		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Π-4						
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι; (Ανά κλάδο)						
		Κλάδος εμπορίου				Σύνολο
		Τρόφιμα, ποτά και καπνός	Οικιακός εξοπλισμός	Ένδυση / υπόδηση	Άλλο λιανικό εμπόριο	
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι;	Καλύτερα	17,0%	17,5%	16,0%	19,6%	17,6%
	Στα ίδια επίπεδα	38,3%	30,0%	22,0%	31,4%	30,3%
	Χειρότερα	42,6%	52,5%	60,0%	49,0%	51,1%
	ΔΓ/ΔΑ	2,1%		2,0%		1,0%
Σύνολο		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

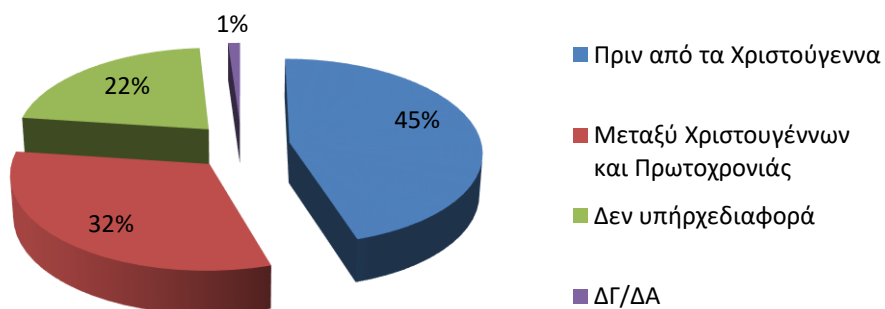
Π-5				
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι; (Μισθωτή απασχόληση)				
		Μισθωτή απασχόληση		Σύνολο
		Όχι	Ναι	
Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων σε σχέση με πέρυσι;	Καλύτερα	13,3%	24,0%	17,6%
	Στα ίδια επίπεδα	28,3%	33,3%	30,3%
	Χειρότερα	58,4%	40,0%	51,1%
	ΔΓ/ΔΑ		2,7%	1,0%
Σύνολο		100,0%	100,0%	100,0%

Π-6	
Αν καταγράφεται <u>μείωση</u> των πωλήσεων, σε τι ποσοστό την υπολογίζετε;	
Μικρότερη του 10%	14,6%
11% - 20%	44,8%
21% - 30%	16,7%
31%-40%	5,2%
Μεγαλύτερη από 41%	16,7%
ΔΓ/ΔΑ	2,0%
Σύνολο	100,0%

Π-7	
Αν καταγράφεται <u>αύξηση</u> των πωλήσεων, σε τι ποσοστό την υπολογίζετε;	
Μικρότερη του 10%	57,6%
11% - 20%	36,4%
Μεγαλύτερη από 41%	3,0%
ΔΓ/ΔΑ	3,0%
Σύνολο	100,0%

Η **καλύτερη περίοδος** των εορτών σύμφωνα με τη γνώμη του εμπορικού κόσμου ήταν η εβδομάδα πριν από τα Χριστούγεννα σε ποσοστό 45%, ενώ το 32% των επιχειρηματιών δήλωσαν ότι η εβδομάδα μεταξύ Χριστουγέννων και πρωτοχρονιάς υπήρχε εντονότερη αγοραστική κίνηση. Τέλος, ένας στους πέντε επιχειρηματίες (22%) δεν διέκρινε κάποια διαφοροποίηση όσον αφορά την αγοραστική κίνηση κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου.

Διάγραμμα 3 : Καλύτερη περίοδος των εορτών από άποψη αγοραστικής κίνησης



Π-8	
Ποια ήταν κατά τη γνώμη σας η καλύτερη περίοδος των εορτών από άποψη αγοραστικής κίνησης;	
Πριν από τα Χριστούγεννα	45,2%
Μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς	31,9%
Δεν υπήρχε διαφορά	21,8%
ΔΓ/ΔΑ	1,1%
Σύνολο	100,0%

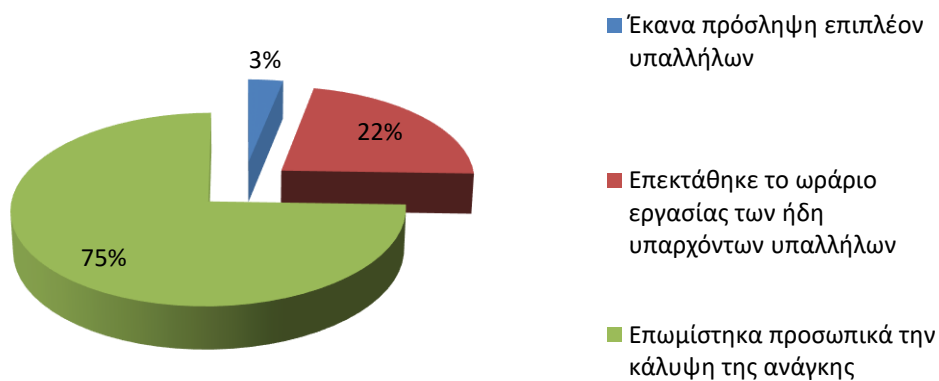
Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποτελεί το γεγονός ότι από το σύνολο των εμπορευμάτων που προσφέρουν οι εμπορικές επιχειρήσεις τα **πιο φθηνά** φαίνεται να κινήθηκαν περισσότερο (47%).



Π-9 Την περίοδο των εορτών κινήθηκαν στο κατάστημά σας περισσότερο τα πιο φθηνά ή τα πιο ακριβά προϊόντα;	
Τα πιο φθηνά προϊόντα	46,8%
Τα πιο ακριβά προϊόντα	3,7%
Δεν υπήρχε διαφορά	47,9%
ΔΓ/ΔΑ	1,6%
Σύνολο	100,0%

Οι περισσότερες επιχειρήσεις (75%) κάλυψαν τις ανάγκες του διευρυμένου εορταστικού ωραρίου με προσωπικό χρόνο του ιδιοκτήτη.

Διάγραμμα 5: Πώς καλύψατε την ανάγκη απασχόλησης προσωπικού για την λειτουργία του καταστήματός σας την περίοδο των εορτών;



Π-10 Πώς καλύψατε την ανάγκη απασχόλησης προσωπικού για την λειτουργία του καταστήματός σας την περίοδο των εορτών;	
Πρόσληψη επιπλέον υπαλλήλων	3,2%
Επέκταση ωραρίου εργασίας των ήδη υπαρχόντων υπαλλήλων	22,3%
Κάλυψη της ανάγκης με ίδια μέσα	74,5%
Σύνολο	100,0%

Το 39% των επιχειρήσεων διέθεσαν κάποια από τα προϊόντα τους σε χαμηλότερες τιμές, ώστε να προσελκύσουν το καταναλωτικό κοινό. Το ύψος των **προσφορών** για την πλειονότητα των επιχειρήσεων, κυμάνθηκε είτε μεταξύ 10% έως 20%, είτε μεταξύ 20% έως 40%.



Π-11	
Κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου πραγματοποιήσατε προσφορές στο κατάστημά σας;	
Ναι	38,8%
Όχι	59,1%
ΔΓ/ΔΑ	2,1%
Σύνολο	100,0%

Π-12 Σε ποιο ποσοστό περίπου διαμορφώθηκαν οι εορταστικές προσφορές που πραγματοποιήσατε στο κατάστημά σας;	
Μικρότερο από 10%	15,1%
11%-20%	37,0%
21-40%	26,0%
41%-50%	9,6%
50% και άνω	8,2%
ΔΓ/ΔΑ	4,1%
Σύνολο	100,0%

Φαίνεται ότι σταδιακά η χρήση του πλαστικού χρήματος (πιστωτικών ή και χρεωστικών καρτών) εμπεδώνεται ως επιλογή από τους καταναλωτές σε σύγκριση με την υποχώρηση των μετρητών.

Π-13 Οι πελάτες χρησιμοποίησαν κυρίως κάρτες ή μετρητά για τις αγορές τους;	
Κάρτες	37,8%
Μετρητά	23,9%
Και τα δύο το ίδιο	36,2%
ΔΓ/ΔΑ	2,1%
Σύνολο	100,0%

Τέλος, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι σε πολύ υψηλό ποσοστό, περίπου 75%, οι επιχειρήσεις κατάφεραν να καλύψουν τις φορολογικές τους υποχρεώσεις.

Π-14 Η επιχείρησή σας κάλυψε πλήρως τις οικονομικές της υποχρεώσεις προς την εφορία το 2018;	
Ναι	74,5%
Όχι	19,1%
ΔΓ/ΔΑ	6,4%
Σύνολο	100,0%

Ταυτότητα της έρευνας

Τηλεφωνική έρευνα με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα 250 εμπορικών επιχειρήσεων σε παραδοσιακές εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας στρωματοποιημένο ανά κλάδο δραστηριότητας και μεγάλη γεωγραφική περιοχή.