



Αθήνα, 28η Φεβρουαρίου 2020

Δελτίο Τύπου

«Η κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη χειμερινή εκπτωτική περίοδο του 2020»

Το ιδιαίτερο ενδιαφέρον των καταναλωτών και των επιχειρηματιών για τα αποτελέσματα της εκπτωτικής περιόδου είναι ενδεικτικό των εξελίξεων στο σύνολο της οικονομίας. Οι εκπτώσεις λειτουργούν θετικά για την αγορά και την οικονομία, καθώς οι καταναλωτές προσβλέπουν σε ευκαιρίες αγορών ενώ οι έμποροι δημιουργούν θετικές προσδοκίες για τις πωλήσεις τους, συνιστώσες που συμβάλλουν στη βελτίωση του γενικότερου κλίματος και συνδιαμορφώνουν την επικαιρότητα. Για μία ακόμη φορά το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την περιοδική έρευνα για την κίνηση της αγοράς κατά τη χειμερινή εκπτωτική περίοδο του 2020. Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε δείγμα 350 επιχειρήσεων, εφαρμόζοντας στρωματοποιημένη δειγματοληψία σε δύο στάδια, σε εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας.

Σύνοψη αποτελεσμάτων

- Τα αποτελέσματα των χειμερινών εκπτώσεων 2020 δεν διαφοροποιούνται ουσιαστικά σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο, δεδομένου ότι **δεν καταγράφηκε ανάκαμψη των πωλήσεων για την πλειονότητα των επιχειρήσεων**. Συγκεκριμένα, για τις 7 στις 10 επιχειρήσεις οι πωλήσεις ήταν χαμηλότερες σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019, ενώ για το 24% των επιχειρήσεων παρέμειναν σταθερές και μόνο για το 7% κινήθηκαν σε καλύτερα επίπεδα.

- Ως προς το ύψος του ποσοστού έκπτωσης στις εμπορικές αγορές, **σχεδόν 1 στις 2 επιχειρήσεις διαμόρφωσε το ποσοστό έκπτωσης μεταξύ 21% και 40%**, ενώ 1 στις 4 πραγματοποίησε εκπτώσεις μικρότερης τάξης, έως και 20%.
- Το 55% των επιχειρηματιών διέκρινε **το διάστημα του Ιανουαρίου ως την καλύτερη περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων, από άποψη αγοραστικής κίνησης.**
- Στα καταστήματα στον επιμέρους κλάδο της **ένδυσης-υπόδησης** οι ισχυρές πιέσεις διατηρήθηκαν, παρά το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των συγκεκριμένων επιχειρήσεων προχώρησαν σε εκπτώσεις μεγαλύτερες του 40%.
- Κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων παγιώνεται η χρήση πλαστικού χρήματος, καθώς σχεδόν οι 7 στις 10 συναλλαγές πραγματοποιήθηκαν μέσω καρτών (έναντι 5 στις 10 συναλλαγές την αντίστοιχη περίοδο του 2019).

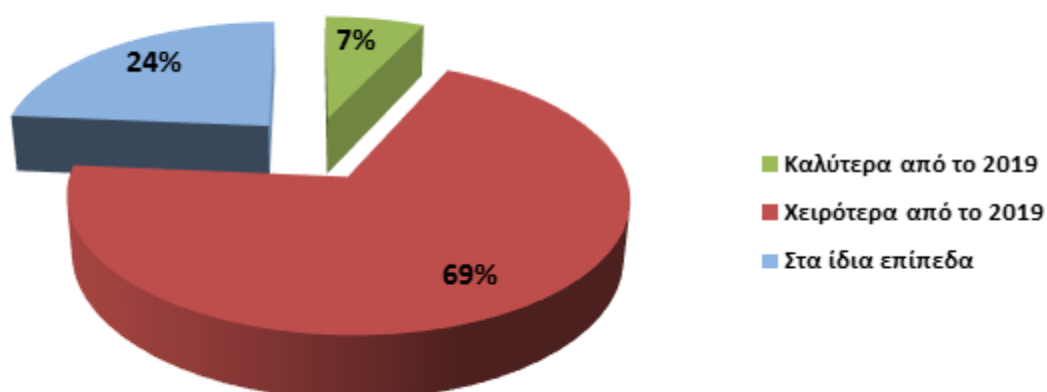
☐ Το 81% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως σκοπεύουν να συνεχίσουν τις προσφορές τους και μετά τη λήξη των χειμερινών εκπτώσεων, ενδεχομένως μέχρι την εκποίηση των αποθεμάτων τους, γεγονός ενδεικτικό των ισχυρών πιέσεων που έχουν δεχθεί τα καταστήματα λιανικής το τελευταίο χρονικό διάστημα

Αναλυτικά αποτελέσματα της έρευνας για την εμπορική κίνηση της χειμερινής εκπτωτικής περιόδου 2020

1. Πορεία πωλήσεων

Σε ό,τι αφορά τις πωλήσεις, οι επιδόσεις των επιχειρήσεων κινήθηκαν καθοδικά **καθώς το 69% των επιχειρήσεων κατέγραψε χαμηλότερες πωλήσεις** κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων του 2020 σε σχέση με τις αντίστοιχες του 2019. Μία στις τέσσερις (1 στις 4) επιχειρήσεις παρέμεινε στα ίδια επίπεδα ενώ μόλις το 7% σημείωσε βελτίωση (Διάγραμμα 1).

Διάγραμμα 1: Οι πωλήσεις στις χειμερινές εκπτώσεις του 2020 συγκριτικά με το 2019



Οι πωλήσεις κατά τις χειμερινές εκπτώσεις το 2020 δεν ήταν ενθαρρυντικές συγκριτικά τόσο με εκείνες των χειμερινών του 2019 όσο και με τις αντίστοιχες των θερινών του ίδιου έτους. Ο λόγος εντοπίζεται στο γεγονός πως το ποσοστό των επιχειρήσεων που εμφάνισαν πτώση των πωλήσεων ενισχύθηκε οριακά, εις βάρος όσων επιχειρήσεων εμφάνισαν ενίσχυση ή σταθερότητα των πωλήσεων (σύγκριση χειμερινών 2020 με τις δύο προηγούμενες, χειμερινές και θερινές 2019) (Πίνακας 1).

Πίνακας 1: Εξέλιξη των Πωλήσεων κατά τις γενικές χειμερινές εκπτώσεις των ετών 2020 και 2019 και κατά τις αντίστοιχες θερινές του 2019			
	Χειμερινές 2020	Χειμερινές 2019	Θερινές 2019
Καλύτερα από την αντίστοιχη περυσινή περίοδο	7%	8%	12%
Χειρότερα από την αντίστοιχη περυσινή περίοδο	69%	67%	52%
Στα ίδια επίπεδα με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο	24%	24%	35%
ΔΑ	0%	1%	1%
Σύνολο	100%	100%	100%

Από τις επιχειρήσεις που παρουσίασαν πτώση του τζίρου κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων του 2020 συγκριτικά με πέρυσι,

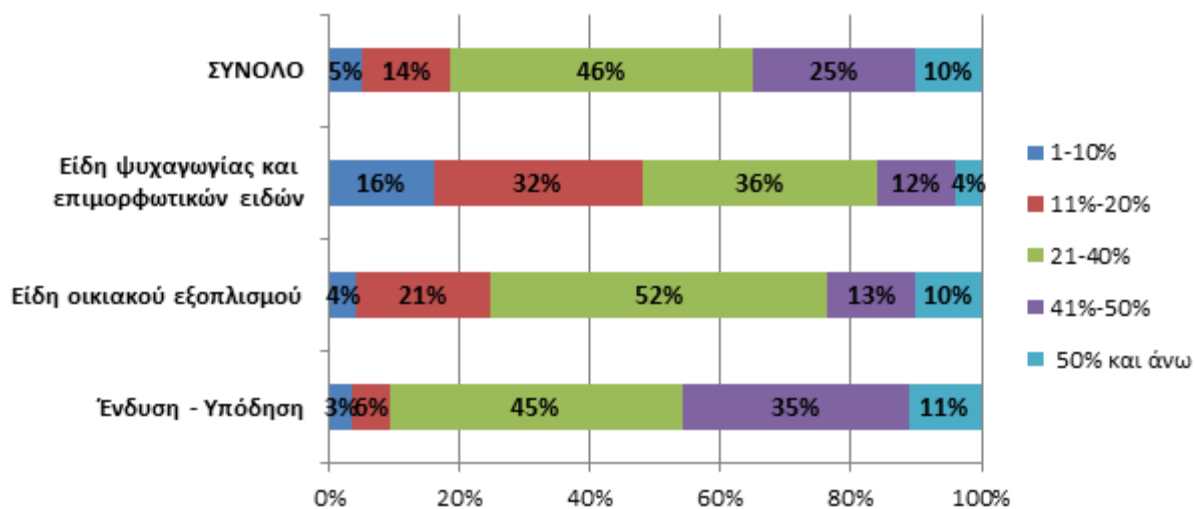
4 στις 10 (39%) κατέγραψαν μείωση έως 20%, ενώ συρρίκνωση του κύκλου εργασιών από 21% έως 40% παρουσίασε το 40% των επιχειρήσεων. Ακόμη μεγαλύτερη μείωση στις πωλήσεις (41%+) παρουσίασε το 14% των επιχειρηματικών μονάδων (Διάγραμμα 2).



2. Ποσοστό έκπτωσης

Στο σύνολο του λιανικού εμπορίου, σχεδόν μία (1) στις δύο (2) επιχειρήσεις, διαμόρφωσε το ποσοστό της έκπτωσης μεταξύ 21% και 40%, ενώ το 35% των επιχειρήσεων άνω του 40%. Ωστόσο, σχεδόν 1 στις 5 επιχειρήσεις περιόρισε το ποσοστό κάτω του 20% στα προς διάθεση προϊόντα της (Διάγραμμα 3).

Διάγραμμα 3: Ποσοστό έκπτωσης κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του 2020



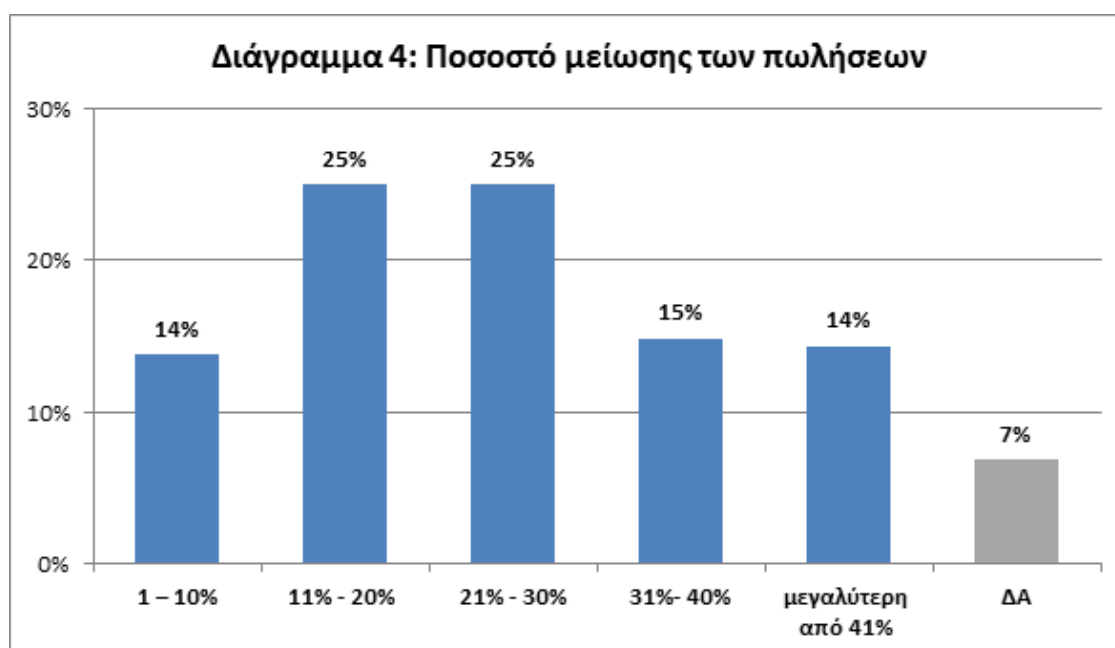
Σε σχέση με τις χειμερινές εκπτώσεις του 2019 παρατηρείται μια αύξηση της συγκέντρωσης στις επιχειρήσεις που προχώρησαν σε εκπτώσεις ύψους 21%-40%, με την εικόνα να διαφοροποιείται συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 (Πίνακας 2).

Πίνακας 2: Ποσοστά διενεργούμενων εκπτώσεων κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2020 και 2019 και των αντίστοιχων θερινών του 2019

Ποσοστά έκπτωσης/ Περίοδος	Χειμερινές	Χειμερινές	Θερινές
1%-10%	5%	7%	4%
11%-20%	14%	16%	14%
21%-40%	46%	33%	45%
41%-50%	25%	28%	30%
50% και άνω	10%	16%	7%
Σύνολο	100%	100%	100%

3. Διάρθρωση Επιχειρήσεις με συρρίκνωση των πωλήσεων ανά ένταση μεταβολής

Η διάρθρωση των επιχειρήσεων που παρουσίασαν πτώση των πωλήσεων διαφοροποιείται μερικώς μόνο συγκριτικά με εκείνη των χειμερινών εκπτώσεων του 2019 (Πίνακας 3). Στις επιχειρήσεις που καταγράφηκε πτώση των πωλήσεων, το 39% απώλεσε τζίρο έως 20%, ενώ το 40% των επιχειρήσεων κατέγραψε μειωμένες πωλήσεις με εύρος από 21% έως 40% (Διάγραμμα 4). Τα μεγέθη για την περυσινή χειμερινή περίοδο είχαν διαμορφωθεί σε 42% και 33% αντίστοιχα.

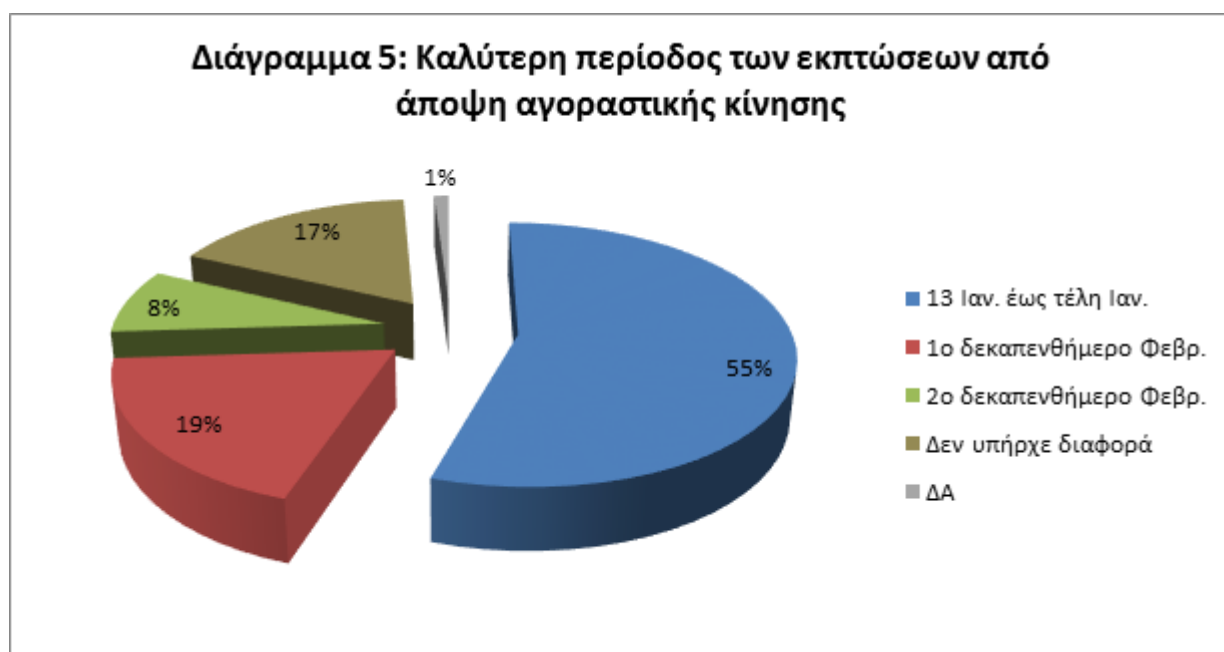


Πίνακας 3: Ποσοστό Μείωσης των Πωλήσεων κατά τις χειμερινές εκπτώσεις 2019 και 2018 και τις θερινές 2018

Εύρος Μείωσης Πωλήσεων	Χειμερινές	Χειμερινές	Θερινές
1%-10%	14%	11%	21%
11%-20%	25%	31%	31%
21%-30%	25%	21%	23%
31%-40%	15%	12%	7%
41% και άνω	14%	16%	7%
ΔΑ	7%	9%	11%
Σύνολο	100%	100%	100%

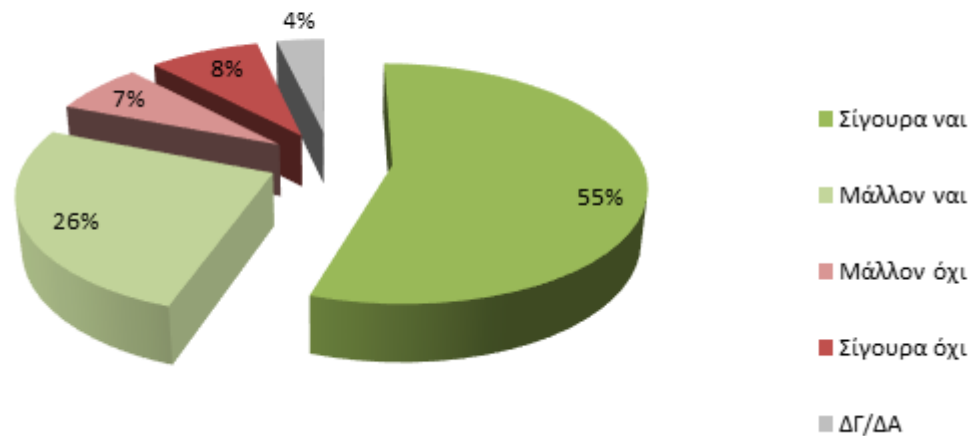
4. Καλύτερη περίοδος και πρόθεση για συνέχιση προσφορών

Περισσότεροι από τους μισούς επιχειρηματίες (55%), χαρακτήρισαν την περίοδο από 13 έως 31 Ιανουαρίου ως την καλύτερη περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων, εύρημα που επαναλαμβάνεται με συνέπεια. Αντίθετα, σχεδόν 1 στους 5 (19%) ανέδειξε ως καλύτερη περίοδο το πρώτο δεκαπενθήμερο του Φεβρουαρίου, ενώ μόλις το 8% ξεχώρισε το δεύτερο δεκαπενθήμερο. Εντούτοις, σημαντικό ήταν το ποσοστό των επιχειρηματιών (17%) που δεν παρατήρησε κάποια σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ των συγκεκριμένων χρονικών περιόδων (Διάγραμμα 5).

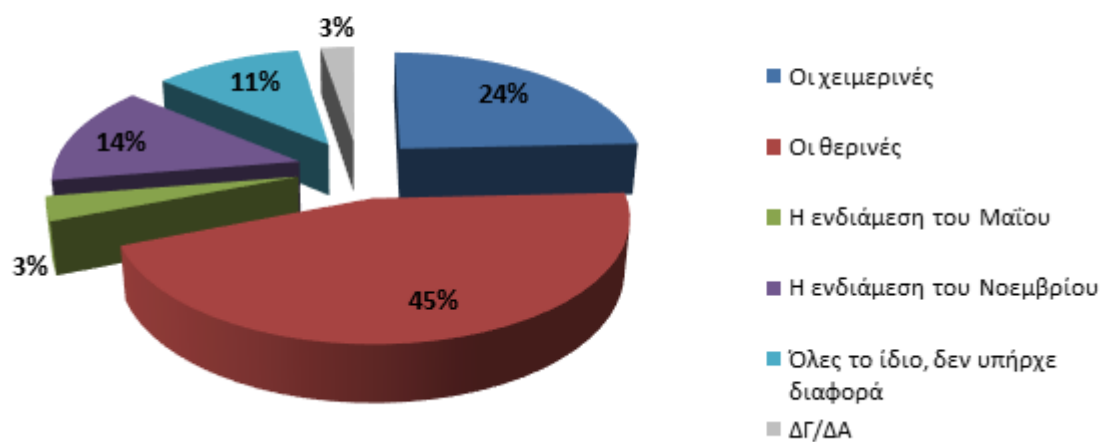


Ωστόσο, το 81% των επιχειρηματιών δήλωσαν πως σκοπεύουν να συνεχίσουν τις προσφορές τους και μετά τη λήξη των χειμερινών εκπτώσεων, ενδεχομένως μέχρι την εκποίηση των αποθεμάτων τους, γεγονός ενδεικτικό των ισχυρών πιέσεων που έχουν δεχθεί τα καταστήματα λιανικής το τελευταίο χρονικό διάστημα (Διάγραμμα 6α). Τέλος, επισημαίνεται πως με βάση τις πωλήσεις κατά τις εκπτώτικες περιόδους του 2019, η καλύτερη αναδείχθηκε η θερινή περίοδος (Διάγραμμα 6β). Το εύρημα αυτό συνδέεται ενδεχομένως με τις ιδιαίτερα θετικές επιδόσεις στον τομέα των τουριστικών αφίξεων γεγονός που επηρέασε και τον κλάδο της λιανικής.

Διάγραμμα 6α: Σκοπεύετε να συνεχίσετε τις προσφορές και μετά τη λήξη των χειμερινών εκπτώσεων;



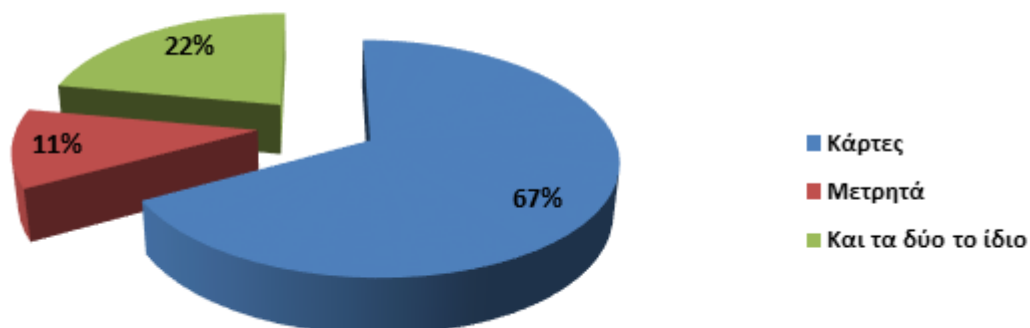
Διάγραμμα 6β: Αναφορικά για το 2019 ποια πιστεύετε ότι ήταν η καλύτερη εκπτωτική περίοδος για το κατάστημά σας;



5. Τρόπος πληρωμής

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η περαιτέρω ενίσχυση του πλήθους των συναλλαγών που διεξάγεται κατά κύριο λόγο με πλαστικό χρήμα κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων του 2020. Ειδικότερα, το 67% των συναλλαγών πραγματοποιήθηκε μέσω κυρίως καρτών έναντι 49% πέρυσι, ενώ μόνο το 11% υλοποιήθηκε με τη χρήση κυρίως μετρητών (Διάγραμμα 7).

Διάγραμμα 7: Οι πελάτες κατά την περίοδο των εκπτώσεων χρησιμοποίησαν κυρίως για τις αγορές τους κάρτες ή μετρητά;



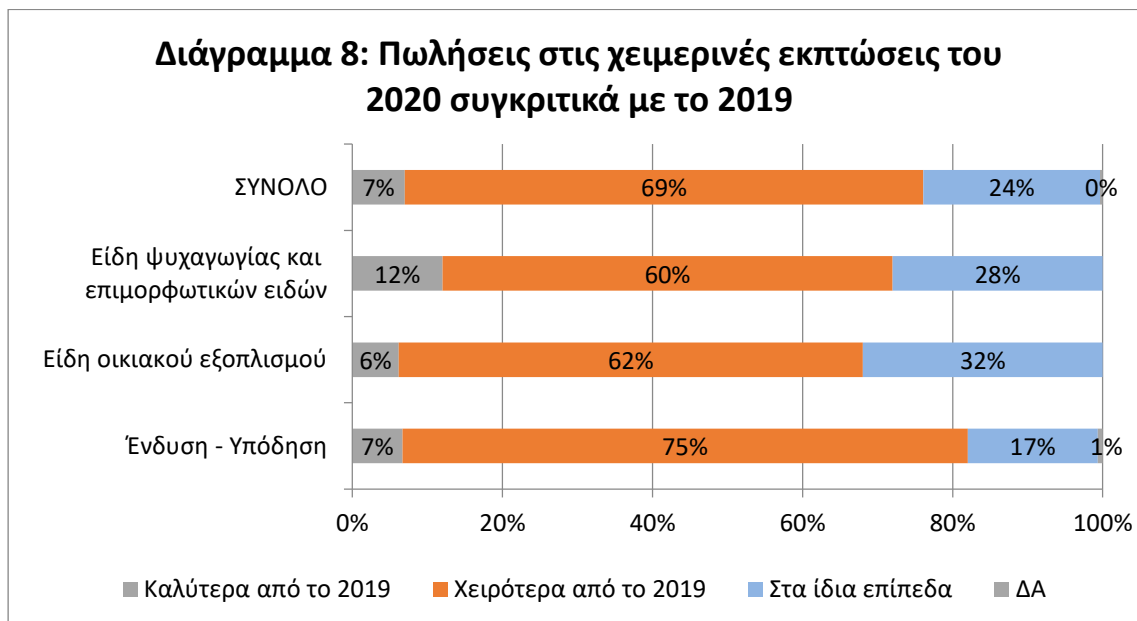
Σε σχέση τόσο με τις χειμερινές εκπτώσεις του 2019 όσο και με τις θερινές του ίδιου έτους, παρατηρήθηκε συρρίκνωση του ποσοστού των συναλλαγών που έγινε με τη χρήση κυρίως μετρητών. Πλέον, είναι προφανής η στροφή προς το πλαστικό χρήμα, τάση που αναμένεται να ενισχυθεί περαιτέρω μετά και τα νέα κριτήρια για την πλήρωση των όρων του αφορολόγητου εισοδήματος (Πίνακας 4).

Πίνακας 4: Κύριο μέσο συναλλαγών στο κατάστημα κατά τη διάρκεια των χειμερινών περιόδων εκπτώσεων 2020 και 2019 και των θερινών του 2019

	Χειμερινές	Χειμερινές	Θερινές
Κυρίως Κάρτες	67%	49%	55%
Κυρίως Μετρητά	11%	14%	13%
Και τα δύο το ίδιο	22%	36%	31%
ΔΑ	0%	1%	1%
Σύνολο	100%	100%	100%

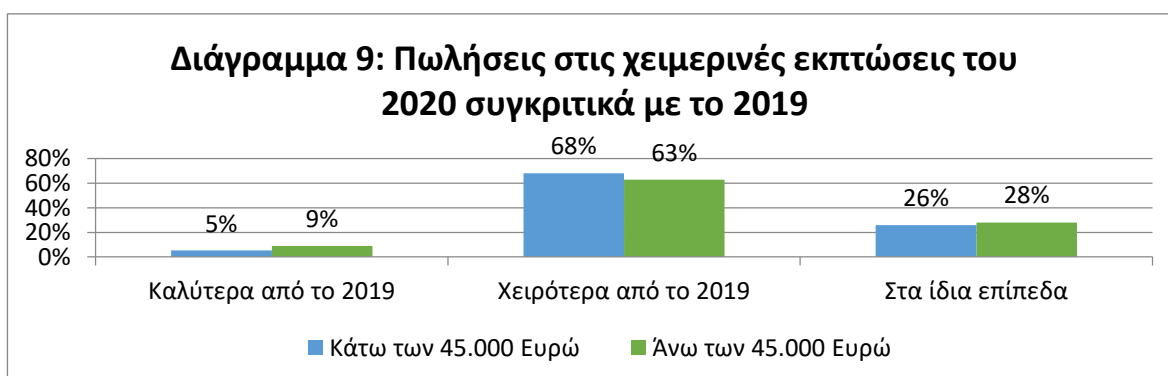
6. Πωλήσεις ανά κατηγορία αγαθών

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η ανάλυση των πωλήσεων ανά κατηγορία αγαθών κατά τις χειμερινές εκπτώσεις του 2020. Τα καταστήματα στον επιμέρους κλάδο της **ένδυσης-υπόδησης** σημείωσαν ιδιαίτερα αρνητικές επιδόσεις, καθώς το 75% δήλωσε ότι οι πωλήσεις τους ήταν χαμηλότερες σε σχέση με πέρυσι, παρά το γεγονός ότι μεγάλο μέρος των συγκεκριμένων επιχειρήσεων προχώρησαν σε εκπτώσεις μεγαλύτερες του 40% (Διάγραμμα 8).



7. Σύγκριση ανά κατηγορία κύκλου εργασιών και καθεστώτος απασχόλησης

Οι επιχειρήσεις με σχετικά μεγαλύτερο κύκλο εργασιών εμφάνισαν καλύτερες επιδόσεις σε σύγκριση με τις μικρότερες επιχειρήσεις, χωρίς ωστόσο εντυπωσιακές διαφοροποιήσεις. Αντίθετα, τα συμπεράσματα είναι μεικτά όταν εξετάζεται η πορεία των πωλήσεων με βάση την ύπαρξη μισθωτής απασχόλησης (Διαγράμματα 9 και 10).



Διάγραμμα 10: Πωλήσεις στις χειμερινές εκπτώσεις του 2020 συγκριτικά με το 2019

