



**IN.E.M.Y. - ΕΣΕΕ**

**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΣΕΕ**

**ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 42, Τ.Κ. 105 63 - ΑΘΗΝΑ ΤΗΛ: 210.32.59.200**

**FAX: 210.32.59.209**

Αθήνα, 06 Ιανουαρίου 2023

## **Αποτελέσματα της έρευνας για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου 2022-2023»**

*«Η υψηλή επισκεψιμότητα των εμπορικών αγορών δεν μεταφράστηκε σε ανάλογες πωλήσεις»*

### **Εισαγωγή**

Η υψηλή επισκεψιμότητα στα εμπορικά καταστήματα έγινε ακόμη εντονότερη κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου, και οφείλεται και στην υποχώρηση των μέτρων προστασίας κατά της πανδημίας του κορωνοϊού, καθώς και στις παρατεταμένα ήπιες καιρικές συνθήκες. Οι εξελίξεις αυτές σηματοδοτούν την επιστροφή στο φυσικό κατάστημα, όπως αυτή αποτυπώνεται το τελευταίο διάστημα. Εντούτοις, η λειτουργία της αγοράς δεν έχει ακόμη αποκατασταθεί στα προ Covid-19 επίπεδα, ενώ καταναλωτικές συμπεριφορές οι οποίες είχαν διογκωθεί κατά τη διάρκεια της υγειονομικής κρίσης, όπως οι διαδικτυακές αγορές, διατηρούνται, έως ένα βαθμό, ακόμη και σήμερα. Στα παραπάνω θα πρέπει να προστεθεί ο αντίκτυπος της ενεργειακής κρίσης και των ανατιμήσεων και η αυξημένη αβεβαιότητα την οποία επέφερε η τελευταία σε καταναλωτές και επιχειρήσεις.

### **Σύνοψη Αποτελεσμάτων**

1. Μία στις τέσσερις επιχειρήσεις (26,4%) σημείωσε υψηλότερες πωλήσεις συγκριτικά με την αντίστοιχη εορταστική περίοδο του 2021-

2022, ενώ σχεδόν μία στις δύο (43,6%) επιχειρήσεις δεν κατέγραψε κάποια μεταβολή. Ωστόσο, το 29,4% των επιχειρήσεων εμφάνισε επιδείνωση των πωλήσεων σε σχέση με πέρυσι (Διάγραμμα 1). Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να υπογραμμιστεί πως στο περυσινό δελτίο οι επιδόσεις των καταστημάτων συγκρίνονταν με εκείνες του 2020, οπότε η αγορά λειτουργούσε υπό τους ασφυκτικούς περιορισμούς της πανδημίας.

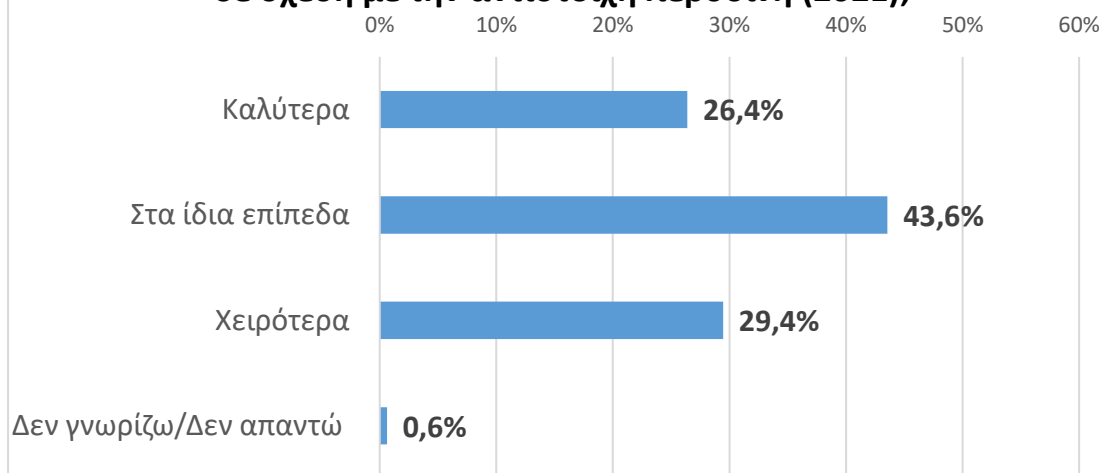
2. Λαμβάνοντας υπόψη τις νέες προκλήσεις (ενεργειακή κρίση/ ανατιμήσεις), το 27% των επιχειρήσεων δήλωσε πολύ/ πάρα πολύ ικανοποιημένο από τις πωλήσεις κατά την εορταστική περίοδο. Περισσότερες από τις μισές (54,0%) εμφανίζεται μέτρια ικανοποιημένο ενώ το 19% λίγο έως καθόλου. Το ευρήματα αυτά αφορούν την απόσταση μεταξύ των προσδοκιών και των πραγματικών πωλήσεων (Διάγραμμα 2).
3. Ο υψηλός βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα στα καταστήματα οφείλεται στην άρση των περιορισμών των μετακινήσεων, και της επιθυμίας των καταναλωτών για επιστροφή στην κανονικότητα. Περισσότερες από μία στις τρεις (36,8%) δήλωσε από πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένες από την επισκεψιμότητα, ενώ σχεδόν οι μισές (47,9%) δήλωσαν μέτρια ικανοποιημένες (Διάγραμμα 3).
4. Παραδοσιακά, η καλύτερη περίοδος για την αγοραστική κίνηση ήταν πριν από τα Χριστούγεννα (Διάγραμμα 4).
5. Οι παρατεταμένες αναταράξεις και η αβεβαιότητα στην αγορά οδήγησαν μία στις τρεις επιχειρήσεις (35,6%) να πραγματοποιήσουν προσφορές/ εκπτώσεις ακόμα και κατά την εορταστική περίοδο (Διάγραμμα 5). Ειδικότερα, το 71% των επιχειρήσεων που προχώρησαν σε εκπτώσεις, υιοθέτησαν ποσοστό που κυμάνθηκε από 11% έως 30%. Το εύρημα αυτό εξηγεί, εν μέρει, ότι στις μισές (50,3%) κινήθηκαν περισσότερο τα πιο φθηνά εμπορεύματα (Διάγραμμα 6). Μια δεύτερη εξήγηση μπορεί να δοθεί και από το γεγονός ότι ευνοήθηκαν οι επισκέψεις/ συναθροίσεις και συνεπώς η ανάγκη για ανταλλαγή συμβολικών δώρων.
6. Για το 2022 συνολικά, η αγορά παρουσιάζει μια μεικτή εικόνα συγκριτικά με το 2021 με τις θετικές αποκρίσεις να αντισταθμίζουν τις αρνητικές (Διάγραμμα 7).
7. Η ανισότητα στις επιδόσεις αποτυπώνεται και στις προβλέψεις των πωλήσεων για το 2023. Μία στις πέντε επιχειρήσεις (18,4%) δηλώνει αδυναμία πρόβλεψης εξαιτίας της υψηλής αβεβαιότητας και του

ιδιαίτερα ρευστού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ενώ μία στις τέσσερις (26,4%) αναμένουν επιδείνωση (Διάγραμμα 8).

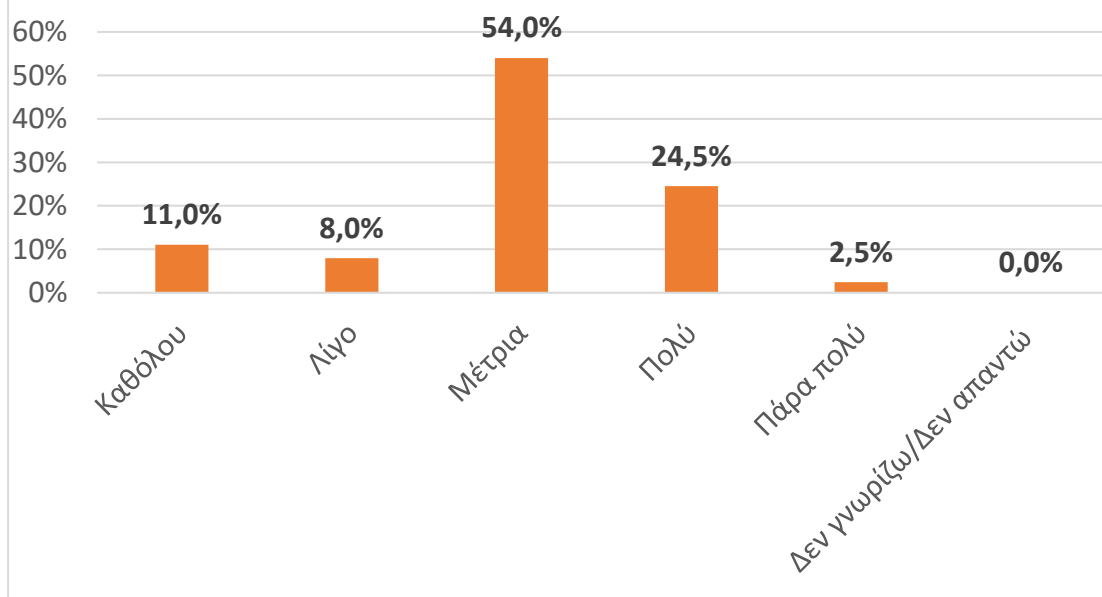
8. Βασικοί παράγοντες τροφοδότησης αυτής της αβεβαιότητας είναι αφενός οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος και αφετέρου η αύξηση των τιμών των προμηθευτών. Ως εκ τούτου, περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (53,7%) δηλώνουν εξαιρετικά υψηλή αρνητική επίδραση (Διάγραμμα 9). Για σχεδόν έξι στις δέκα επιχειρήσεις (58,9%) οι ανατιμήσεις των τιμών των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές κυμάνθηκε από 11% έως 30% (Διάγραμμα 10).

## Διαγράμματα

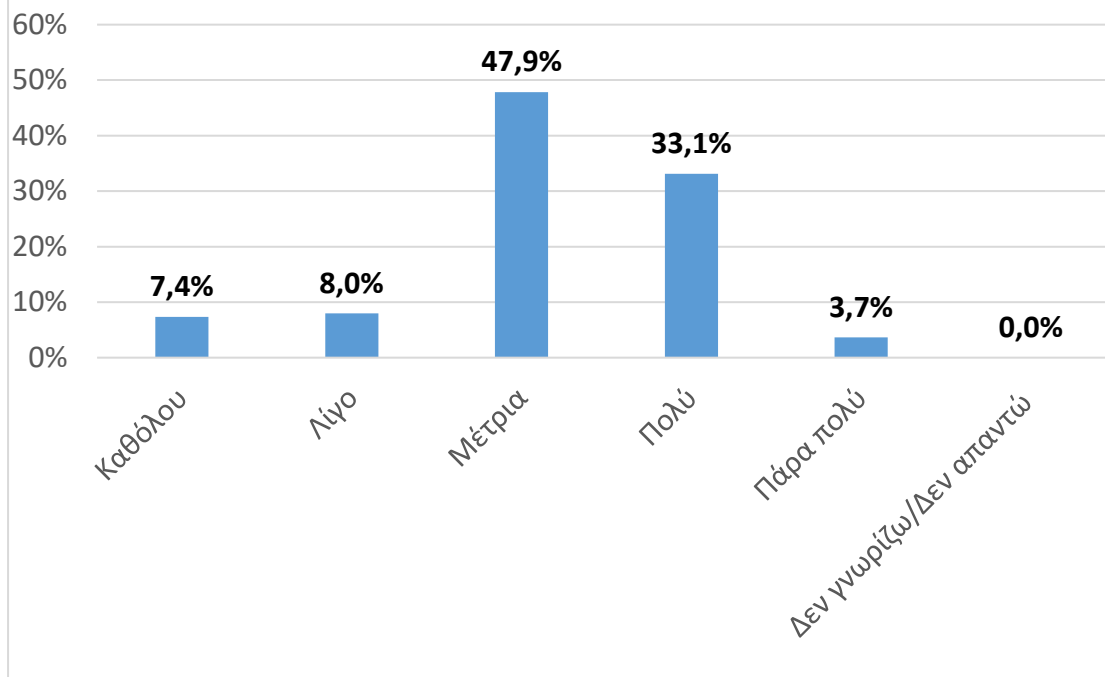
**Διάγραμμα 1: Πως κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής σας κατα την εορταστική περίοδο (2022) σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή (2021);**



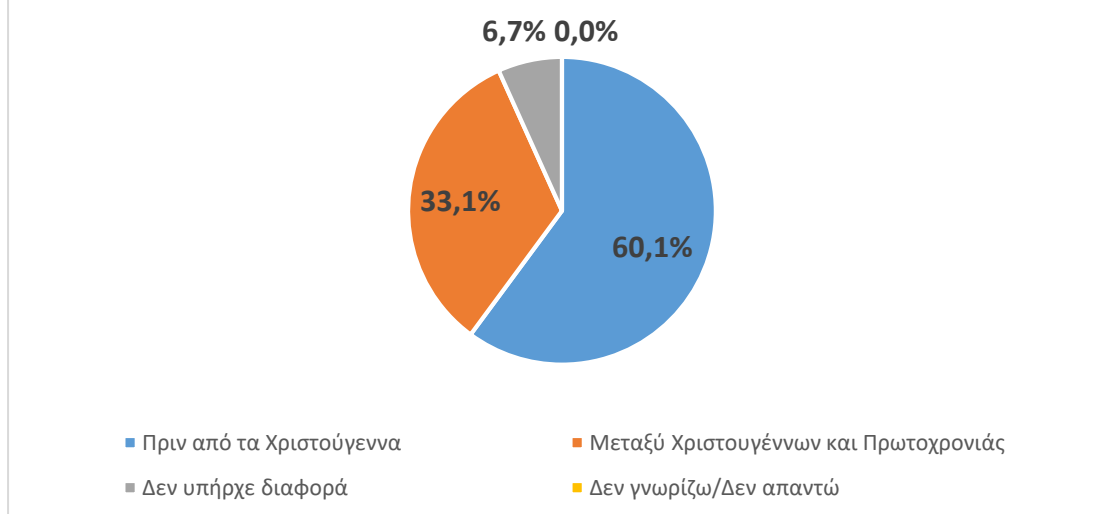
**Διάγραμμα 2: Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος απο τις πωλήσεις του καταστήματός σας κατα την εορταστική περίοδο του 2022;**



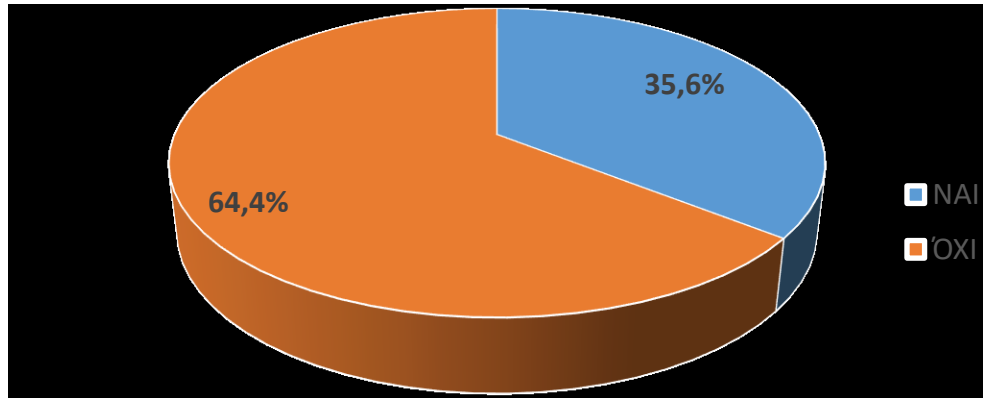
**Διάγραμμα 3: Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος από την επισκεψιμότητα στο κατάστημά σας κατά την εορταστική περίοδο του 2022;**



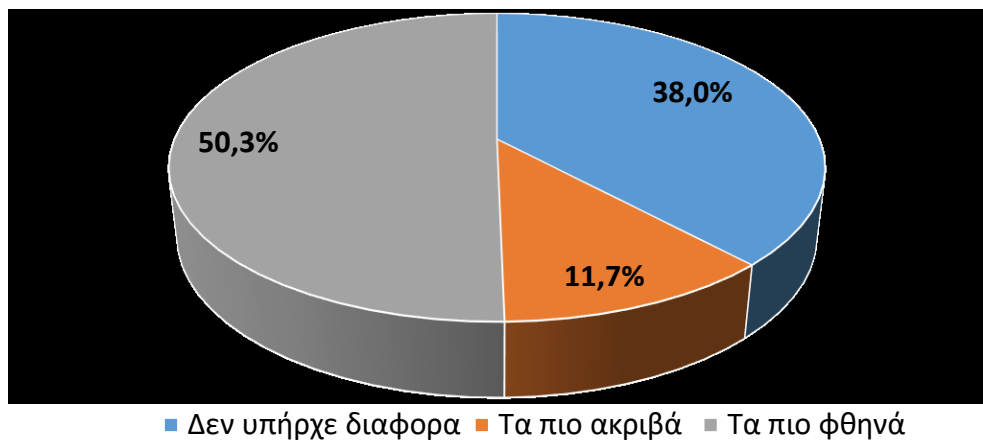
**Διάγραμμα 4: Ποιά ήταν κατά τη γνώμη σας η καλύτερη περίοδος των εορτών από άποψη αγοραστικής κίνησης/ πωλήσεων;**



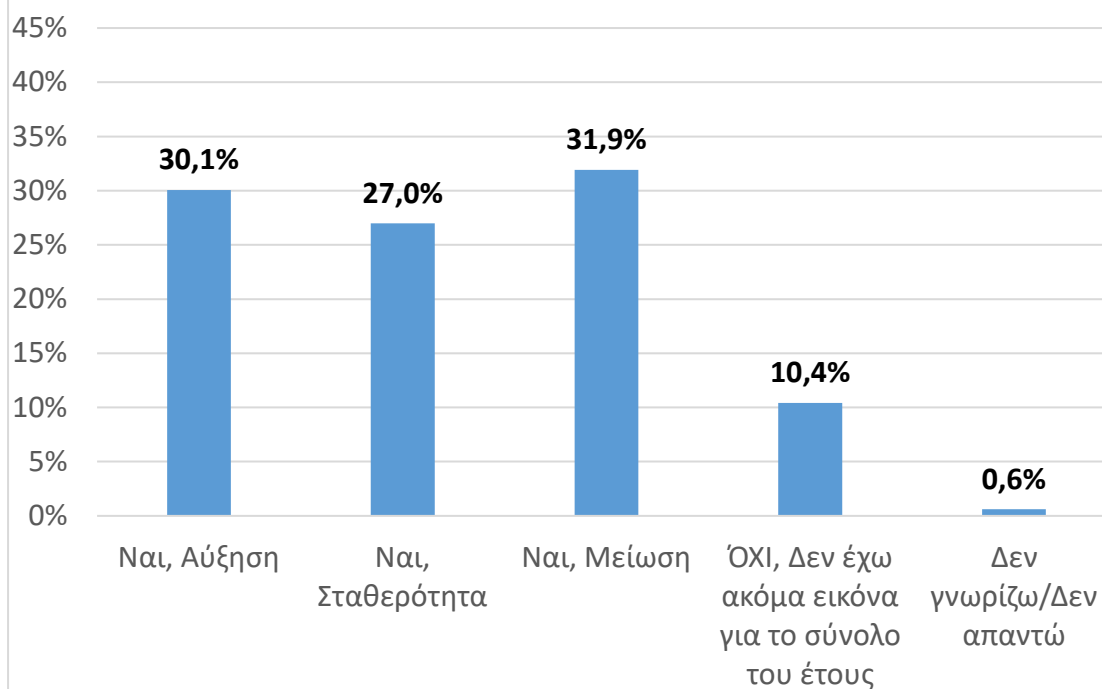
**Διάγραμμα 5: Κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου πραγματοποιήσατε προσφορές/εκπτώσεις στο κατάστημά σας;**



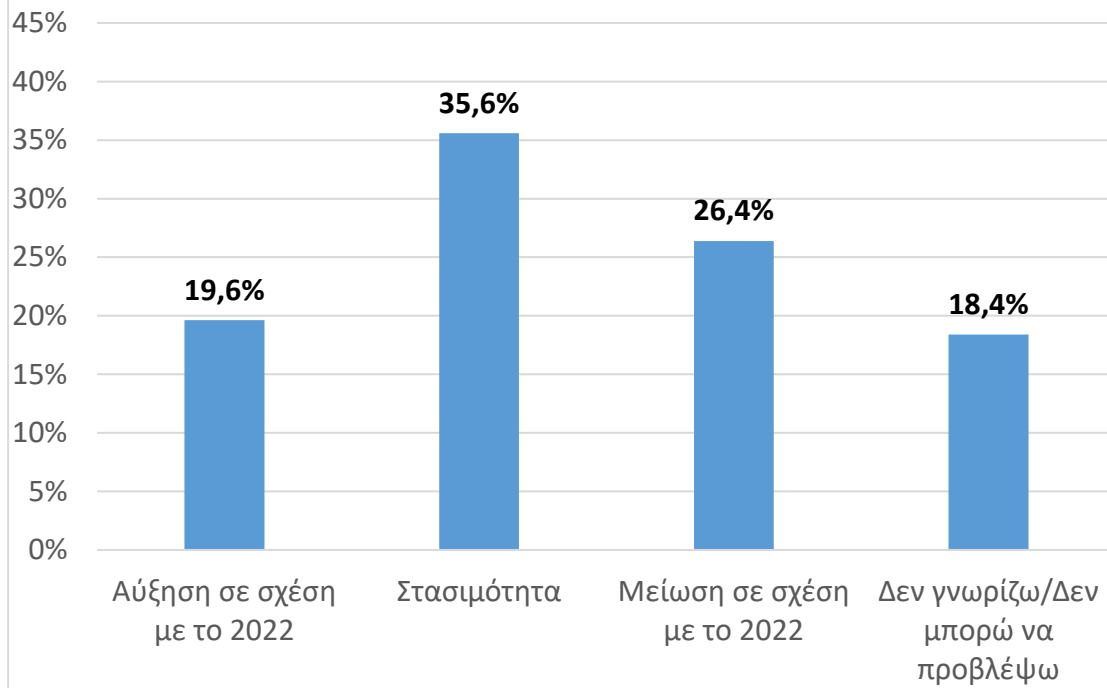
**Διάγραμμα 6: Την περίοδο των εορτών κινήθηκαν στο κατάστημά σας περισσότερο τα πιο φθηνά ή τα πιο ακριβά εμπορεύματα;**



**Διάγραμμα 7: Θα μπορούσατε να κάνετε μια αποτίμηση συνολικά για τις πωλήσεις του 2022 αν αυξήθηκαν/ μειώθηκαν ή παρέμειναν σταθερές σε σχέση με το 2021;**

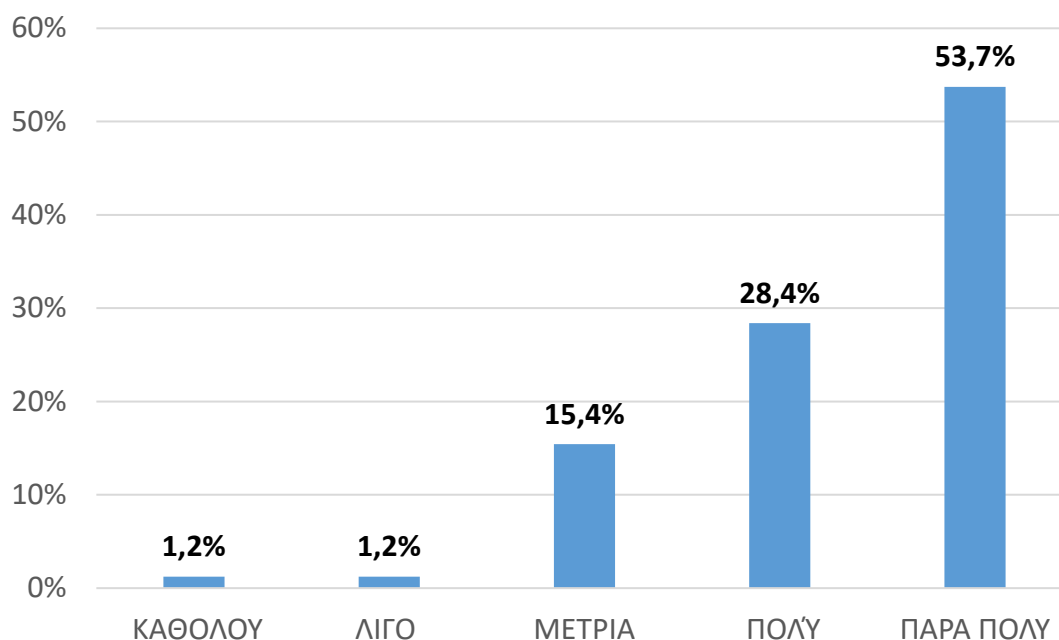


**Διάγραμμα 8: Πως προβλέπετε να κινηθούν οι πωλήσεις του καταστήματος σας κατα τη διάρκεια του νέου έτους 2023 σε σχέση με το 2022;**

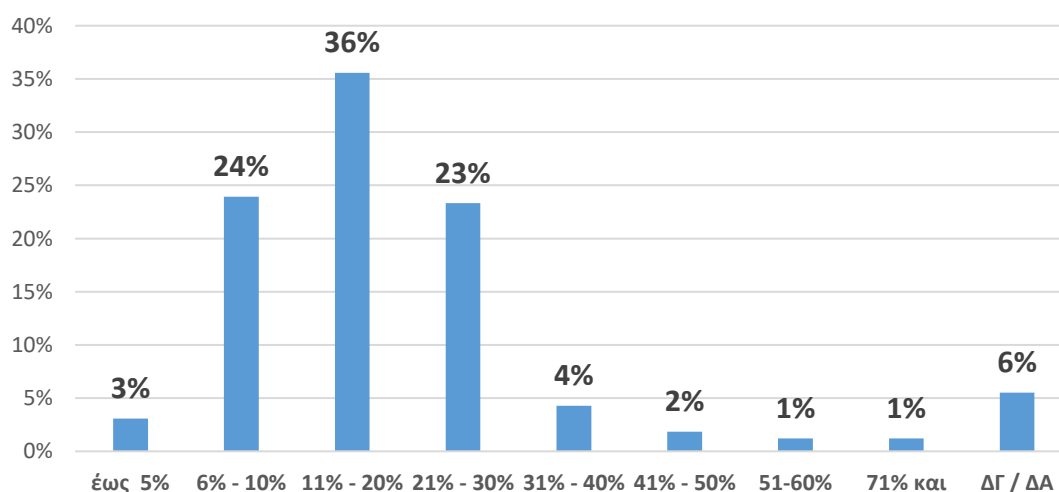




**Διάγραμμα 9: Σε τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάζουν αρνητικά την επιχείρησή σας οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος;**



**Διάγραμμα 10: Συνολικά το 2022 ποιο το ύψος της αύξησης των τιμών αγοράς των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές σας;**



## **Ταυτότητα της έρευνας**

Τηλεφωνική και ηλεκτρονική (μέσω e-mail) έρευνα με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου με:

Μέγεθος δείγματος: 300 επιχειρήσεις

Κάλυψη: Πανελλαδική

Στρωματοποιημένη δειγματοληψία με αναλογική αντιπροσώπευση βάσει γεωγραφικής περιοχής και δραστηριότητας των επιχειρήσεων σύμφωνα με το μητρώο της ΕΛΣΤΑΤ στους κλάδους: Εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, Οικιακός εξοπλισμός, Ένδυση-Υπόδηση και Υπόλοιπο Λιανικό (αθλητικά είδη, ανθοπωλεία, κοσμήματα, καλλυντικά, βιβλιοπωλεία και παιχνίδια).