



ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ
ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΑΘΗΝΩΝ

Έρευνα χειμερινών εκπτώσεων 2023



Ο Εμπορικός σύλλογος Αθηνών, παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας για την χειμερινή εκπτώτική περίοδο του 2023, που άρχισε τη Δευτέρα 9 Ιανουαρίου και λήγει τη Τρίτη 28 Φεβρουαρίου 2023.

Στο πλαίσιο της συμφωνίας συνεργασίας του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών και του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και η έρευνα αυτή τέθηκε υπό την αιγίδα του ΟΠΑ με την επιστημονική επιμέλεια του καθηγητή Γ. Μπάλτα, Διευθυντή του Ερευνητικού Εργαστηρίου Μάρκετινγκ.

Το ερωτηματολόγιο έχει ως στόχο

1

Σύγκριση

Τη σύγκριση του τζίρου των καταστημάτων της Αθήνας και των περιφερειακών αγορών που πραγματοποιήθηκε κατά την χειμερινή εκπτώτικη περίοδο του 2023, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2022.

2

Υποκειμενική Γνώμη

Να καταγράψει την υποκειμενική γνώμη των ερωτηθέντων, αξιολογώντας τις προσδοκίες τους για το επόμενο εξάμηνο.

3

Διερεύνηση

Τη διερεύνηση του παράγοντα που ο εμπορικός κόσμος θεωρεί σημαντικότερο τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο και επηρεάζει τη λειτουργία των εμπορικών επιχειρήσεων.

Ηθική Δεοντολογία

Σε κάθε περίπτωση τηρήθηκαν οι κανόνες ηθικής δεοντολογίας καθώς υπήρξε ενημέρωση για τον σκοπό του ερωτηματολογίου.

Επίσης τηρήθηκαν όλοι οι κανόνες προστασίας προσωπικών δεδομένων.

Διαδικασία

350

Σημεία Πώλησης

Το δείγμα της έρευνας είναι αντιπροσωπευτικό και εντυπωσιακά μεγάλο καθώς αποτελείται από 350 σημεία πώλησης.

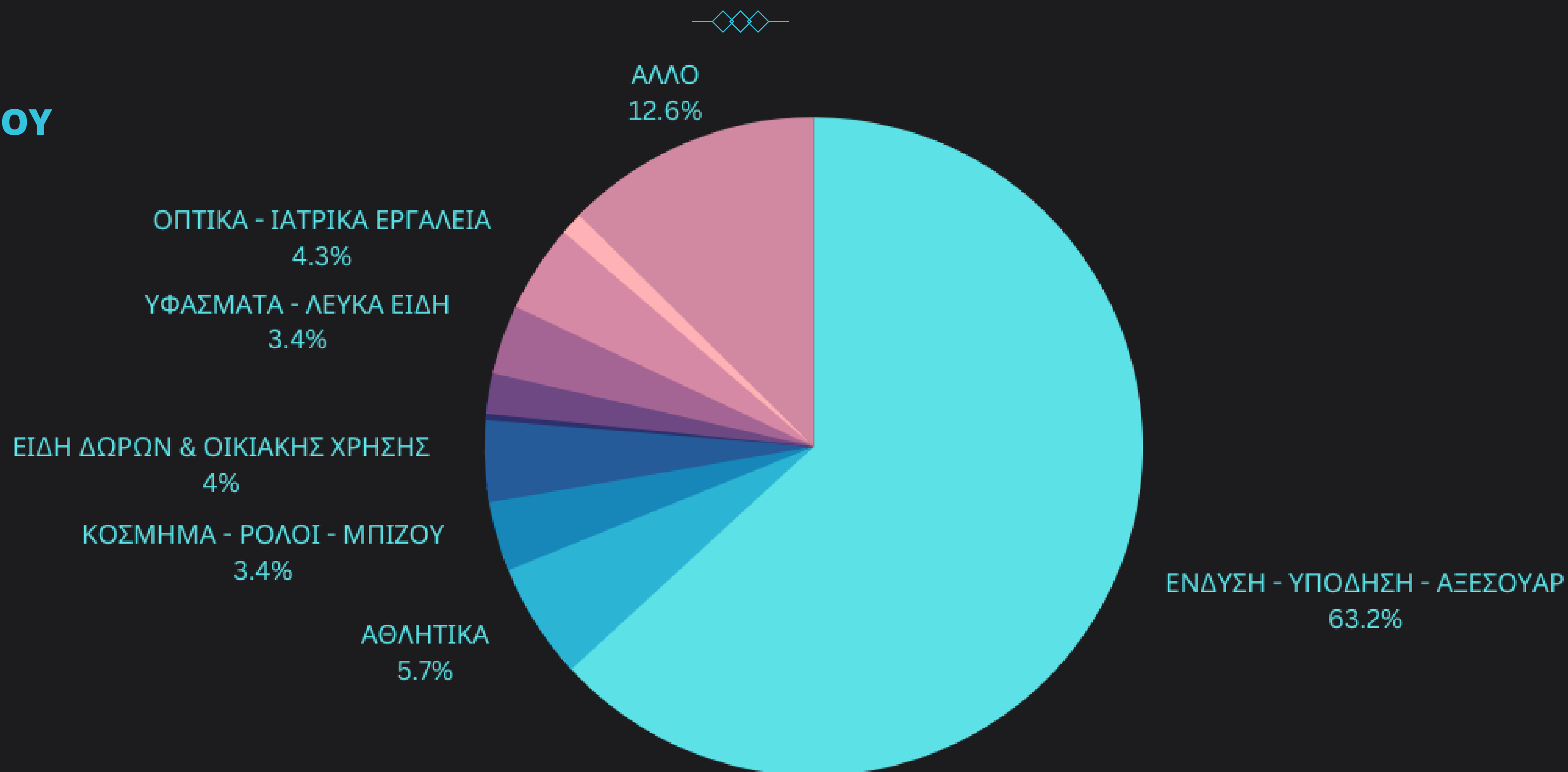
21.02-24.02

Διενέργεια

Η διενέργεια αυτού του ερωτηματολογίου πραγματοποιήθηκε από την Τρίτη 21 έως και την Παρασκευή 24 Φεβρουαρίου 2023, με αποστολή ηλεκτρονικής φόρμας προς απάντηση στα μέλη μας, με επιτόπια προσέγγιση των επιχειρηματιών στα καταστήματα τους καθώς και με τηλεφωνική επικοινωνία.

Τα καταστήματα που έλαβαν μέρος στην έρευνα, ανήκουν στις κάτωθι κατηγορίες:

ΕΙΔΟΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 1



Τα καταστήματα του δείγματος κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- 63,1 % Καταστήματα Ένδυσης - Υπόδησης - Αξεσουάρ - Αθλητικών ειδών**
- 5,7 % Καταστήματα Αθλητικών ειδών**
- 3,4 % Καταστήματα Κοσμημάτων - Ρολογιών - Μπιζού**
- 4,0 % Καταστήματα Ειδών δώρων - Ειδών οικιακής χρήσης**
- 0,4 % Καταστήματα Επίπλων**
- 2,0 % Καταστήματα Ηλεκτρικών - Ηλεκτρονικών - Επικοινωνίας**
- 3,4 % Καταστήματα Υφασμάτων - Λευκών Ειδών**
- 4,3 % Καταστήματα Οπτικών και Ιατρικών Ειδών**
- 1,1 % Καταστήματα Τουριστικά**
- 12,6 % Καταστήματα Διαφόρων Ειδών (Καλλυντικά, βιβλιοπωλεία κλπ)**

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στις κάτωθι περιοχές:



1

Κέντρο Αθήνας

2

Περιφερειακές Αγορές του Δ.
Αθηναίων

3

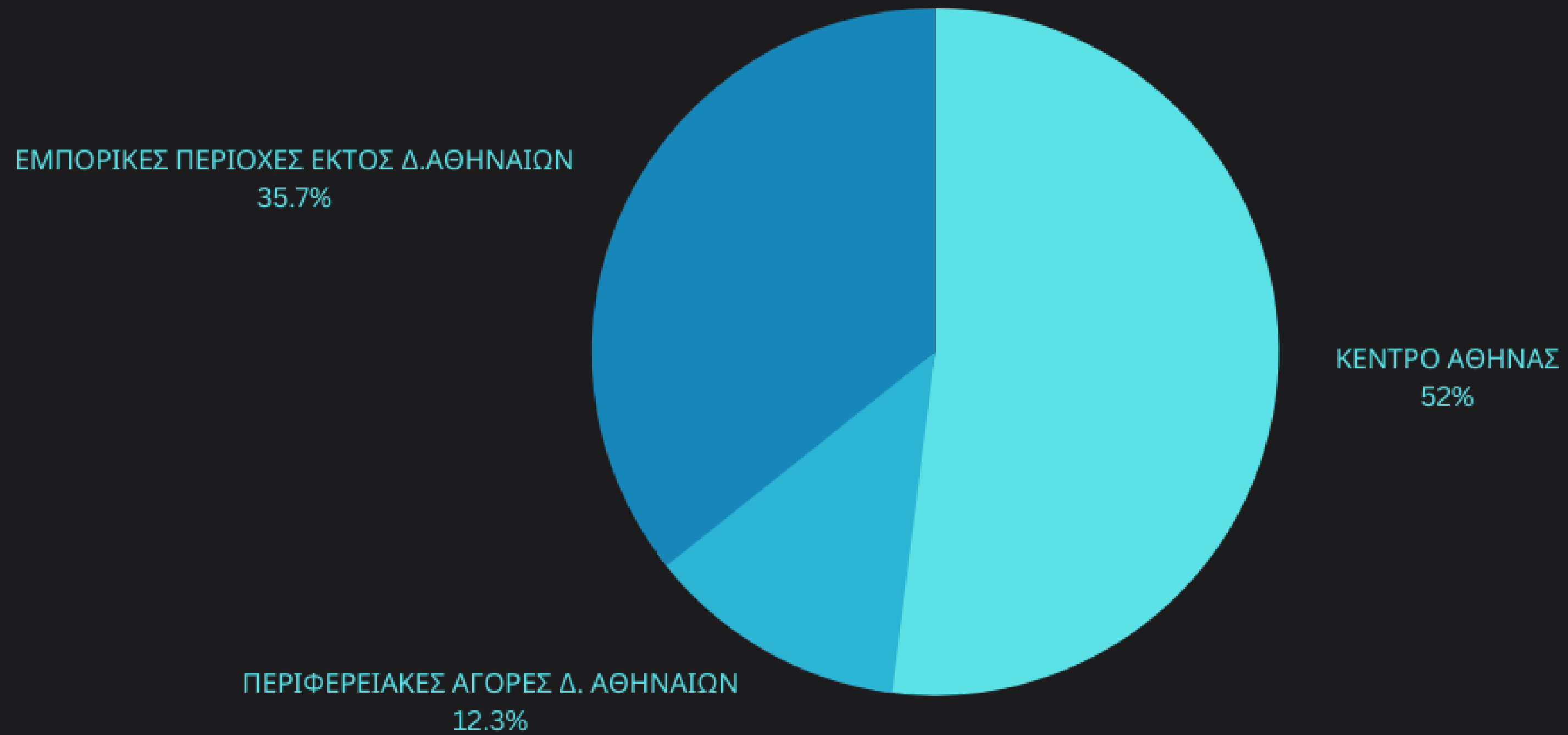
Εμπορικές περιοχές εκτός Δ. Αθηναίων

Το δείγμα περιλαμβάνει αυτοαπασχολούμενους, μικρές, μεσαίες και μεγάλες Ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις, που δραστηριοποιούνται στην Αθήνα, στις περιφερειακές αγορές του Δ. Αθηναίων και σε όλα τα εμπορικά κέντρα (Malls).

ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ



ΠΕΡΙΟΧΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ



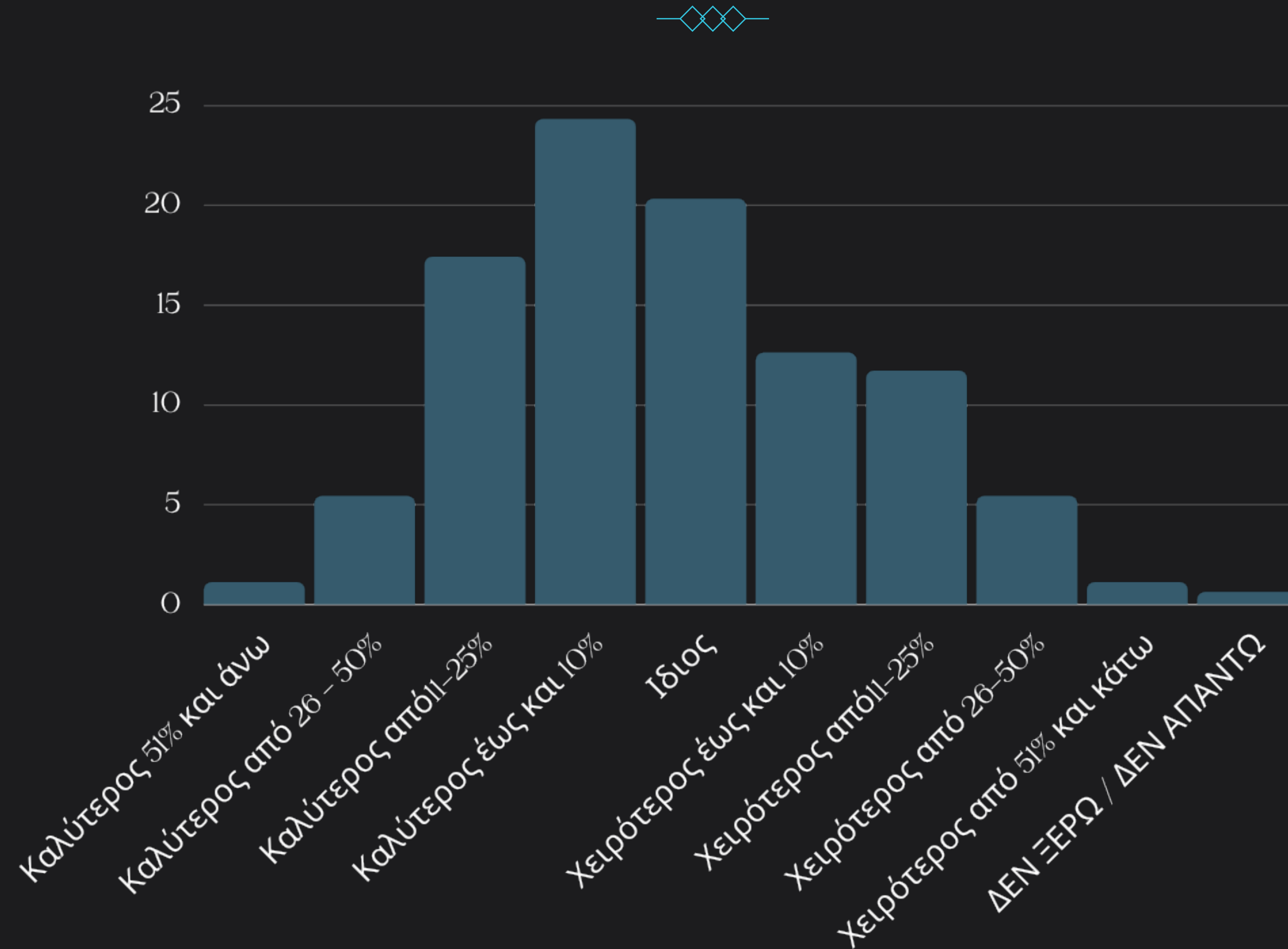
Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 2



- 52,0 % των ερωτηθέντων, έχουν κατάστημα στο Κέντρο Αθήνας.
- 12,3 % των ερωτηθέντων, έχουν κατάστημα στις Συνοικιακές Αγορές του Δ. Αθηναίων.
- 35,7 % των ερωτηθέντων, έχουν κατάστημα στις Εμπορικές περιοχές εκτός Δ. Αθηναίων

Ο τζίρος των Χειμερινών Εκπτώσεων του 2023 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2022 είναι:

ΕΡΩΤΗΣΗ 1



Αποτελέσματα Έρευνας

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 3



Καλύτερο τζίρο από 51% και άνω είχε το	1,1 %
Καλύτερο τζίρο από 26-50% είχε το	5,4 %
Καλύτερο τζίρο από 11-25% είχε το	17,4 %
Καλύτερο τζίρο έως και 10% είχε το	24,3 %
Ίδιο τζίρο, είχε το	20,3 %
Χειρότερο τζίρο έως και 10% είχε το	12,6 %
Χειρότερο τζίρο από 11-25% είχε το	11,7 %
Χειρότερο τζίρο από 26-50% είχε το	5,4 %
Χειρότερο τζίρο από 51% και κάτω είχε το	1,1 %
Δεν ξέρω δεν απαντώ, απάντησε το	0,6 %

Σύνολο

100% *

ΣΥΝΟΠΤΙΚΑ

Καλύτερο τζίρο δήλωσε το	48,2 %
Ίδιο τζίρο δήλωσε το.....	20,3 %
Χειρότερο τζίρο δήλωσε το.....	31,4 %

* Για λόγους στρογγυλοποίησης, το πραγματικό άθροισμα είναι 99,9%

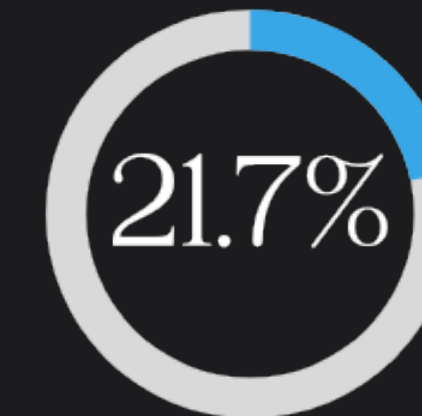
Πιστεύετε ότι οι πωλήσεις σας το επόμενο εξάμηνο θα:



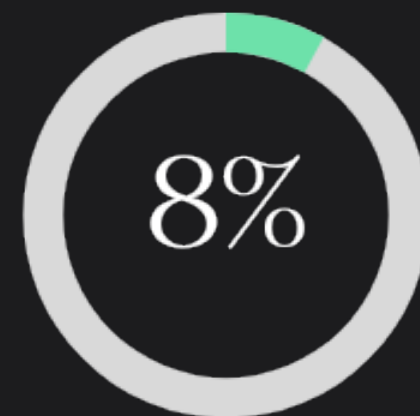
ΕΡΩΤΗΣΗ 2



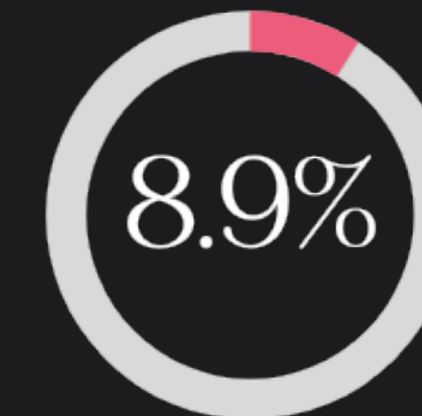
ΠΑΡΑΜΕΙΝΟΥΝ
ΣΤΑΘΕΡΕΣ



ΜΕΙΩΘΟΥΝ



ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ
ΑΠΑΝΤΩ



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 4



Οι προσδοκίες για την πορεία των πωλήσεων το επόμενο εξάμηνο αποτυπώνονται ως εξής:

61,4 % των ερωτηθέντων απάντησαν πως θα αυξηθούν

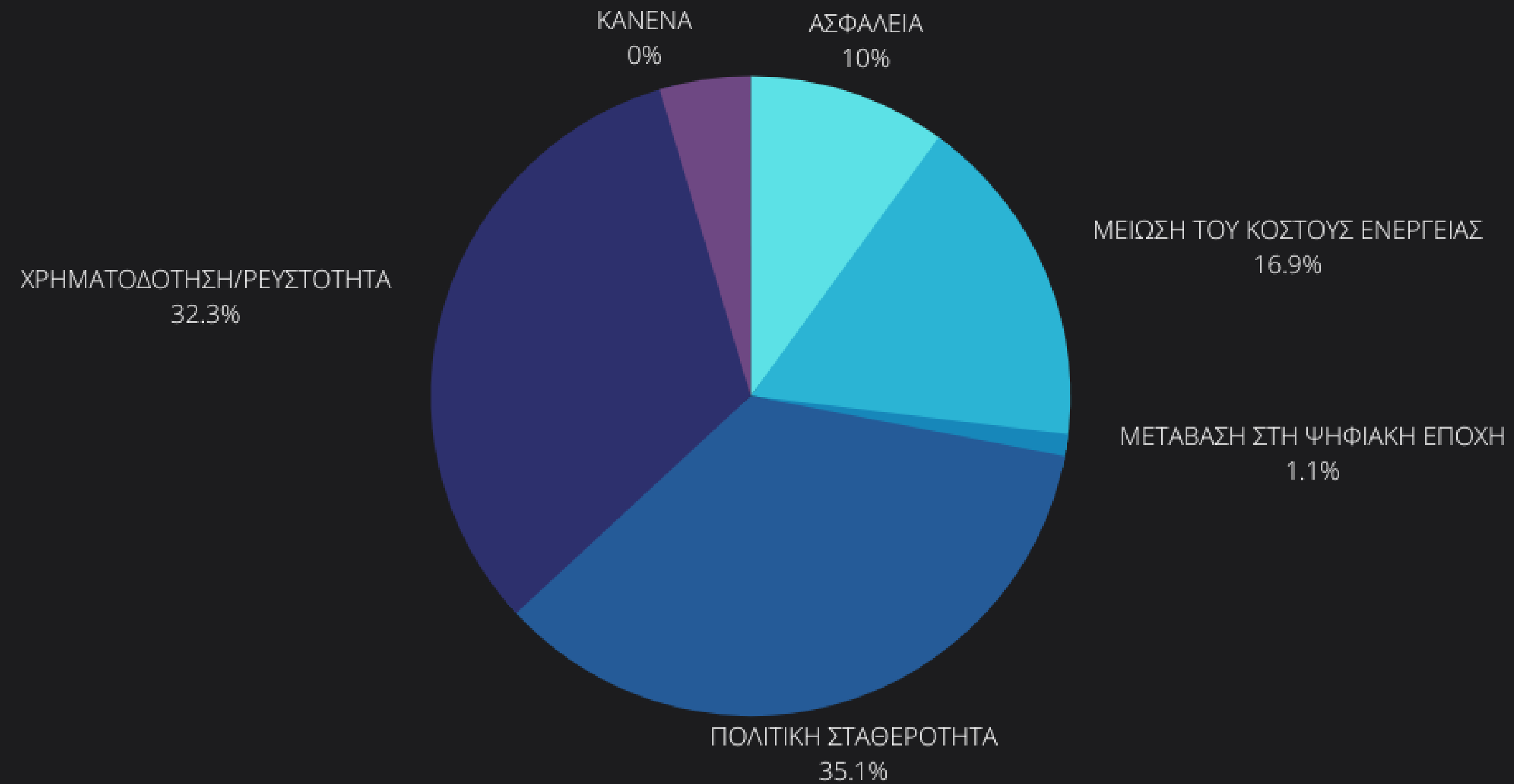
21,7 % των ερωτηθέντων απάντησαν πως θα παραμείνουν σταθερές

8,0 % των ερωτηθέντων απάντησαν πως θα μειωθούν

8,9 % των ερωτηθέντων απάντησαν πως δεν ξέρουν /δεν απαντούν

Ποιόν παράγοντα από τους παρακάτω θεωρείτε σημαντικότερο;

ΕΡΩΤΗΣΗ 3



Σύμφωνα με τα αποτελέσματα του Πίνακα 5



Σημαντικότερος παράγοντας για τους ερωτηθέντες που επηρεάζει τη λειτουργία των επιχειρήσεών τους είναι:

10,0 % Η Ασφάλεια

16,9 % Η μείωση του κόστους ενέργειας

1,1 % Η μετάβαση στη ψηφιακή εποχή

35,1 % Η πολιτική σταθερότητα

32,3 % Η χρηματοδότηση / ρευστότητα

0,0 % Κανένας από τους αναφερόμενους

4,6 % ΔΕΝ ΞΕΡΩ / ΔΕΝ ΑΠΑΝΤΩ

Σημαντικές επισημάνσεις:



Το δείγμα της έρευνας είναι μεγάλο (350 σημεία πώλησης) και αντιπροσωπευτικό. Περιλαμβάνει αυτοαπασχολούμενους, μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις, αλυσίδες καταστημάτων καθώς και αρκετά καταστήματα που λειτουργούν σε μεγάλα εμπορικά κέντρα (malls).

Η σύγκριση έγινε με τον τζίρο της εκπτωτικής περιόδου του 2022, όπου η αγορά επηρεαζόταν ακόμα από την πανδημία και εάν εξαιρέσουμε τα προβλήματα που δημιουργούν σήμερα η ενεργειακή κρίση και ο πληθωρισμός, η αγορά λιανικής δείχνει ότι έχει αρχίσει να λειτουργεί υπό κανονικές συνθήκες.

Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν σημάδια συγκρατημένης αισιοδοξίας, χωρίς να υποστηρίζουμε ότι η αγορά επανήλθε άμεσα σε τροχιά ανάπτυξης. Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων μας επισήμανε πως μπορεί τα ταμεία να είναι καλύτερα από το 2022, αλλά εάν αφαιρέσουμε τον πληθωρισμό και εάν προσθέσουμε την αύξηση του λειτουργικού κόστους των επιχειρήσεων λόγω της ενέργειας και του κόστους δανεισμού δεν περισσεύουν τα χαμόγελα στον εμπορικό κόσμο.



Αξιοσημείωτη είναι η παρατήρηση των ερωτηθέντων ότι ο Ιανουάριος κατέγραψε πωλήσεις πολύ μεγαλύτερες του Φεβρουαρίου.

Συμπερασματικά, σχεδόν 7 στους 10 μπορεί να δήλωσαν καλύτερο ή ίδιο τζίρο με το 2022, όμως το καθόλου ευκαταφρόνητο ποσοστό του 31,4 % κατέγραψε χειρότερα αποτελέσματα.

- Η πλειοψηφία των καταστημάτων του δείγματος 6 στα 10, ανήκουν στην κατηγορία Ένδυση - Υπόδηση - Αξεσουάρ που έχουν πρωτεύοντα ρόλο στην εκπτωτική περίοδο.
- Περισσότερα από 6 στα 10 σημεία πώλησης του δείγματος, λειτουργού στα όρια του Δ. Αθηναίων.
- Η ελπίδα για αλλαγή του κλίματος και η επιστροφή στην ανάπτυξη, καταγράφεται από την προσδοκία περισσότερων από 6 στους 10 ερωτηθέντων, ότι οι πωλήσεις τους θα αυξηθούν το επόμενο εξάμηνο.
- Φαίνεται ότι στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η αβεβαιότητα των επερχόμενων εκλογών και η δύσκολα προβλέψιμη συμπεριφορά του καταναλωτικού κοινού το επόμενο τρίμηνο, έχει αναδείξει ως σημαντικότερο παράγοντα που επηρεάζει τη λειτουργία των εμπορικών επιχειρήσεων την πολιτική σταθερότητα. Ακολουθεί το διαχρονικό πρόβλημα της χρηματοδότησης/ρευστότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που ταλανίζει τον εμπορικό κόσμο την τελευταία δεκαετία.



Στο σημείο αυτό, πρέπει να σημειώσουμε ότι η μείωση του κόστους ενέργειας που ήταν σε πρώτο πλάνο για αρκετό χρονικό διάστημα, δεν θεωρείται πλέον ο σημαντικότερος παράγοντας και επηρεάζει λιγότερους από 2 στους 10 εμπόρους και συγκεκριμένα τις μεγαλύτερες και πιο ενεργοβόρες μονάδες.

Η ασφάλεια έναντι της παραβατικότητας, παρατηρείται έντονα μόνο στα καταστήματα που λειτουργούν στις επιβαρυμένες περιοχές του κέντρου της Αθήνας και πιο συγκεκριμένα στις περιοχές γύρω από την Ομόνοια, τα Εξάρχεια και την εμπορική περιοχή στον άξονα των οδών Πατησίων και Αχαρνών καθώς και στην τουριστική περιοχή γύρω από την Ακρόπολη.

Τέλος, η μετάβαση στη ψηφιακή εποχή, φαίνεται ότι δεν αποτελεί προτεραιότητα των εμπορικών επιχειρήσεων και αυτό είναι θέμα που πρέπει να απασχολήσει την κεντρική διοίκηση και τους επαγγελματικούς φορείς του κλάδου, γιατί η ανάπτυξη του εμπορίου είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την ψηφιακή αναβάθμιση των επιχειρήσεων.



ΕΜΠΟΡΙΚΟΣ
ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΑΘΗΝΩΝ