



Αθήνα, 25 Φεβρουαρίου 2022

Δελτίο Τύπου

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΙΝΕΜΥ-ΕΣΣΕ ΓΙΑ ΤΙΣ ΧΕΙΜΕΡΙΝΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ 2022

Το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΙΝ.ΕΜ.Υ. της ΕΣΣΕ) πραγματοποίησε την ετήσια έρευνα για την κίνηση των πωλήσεων κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων σε πανελλαδικό δείγμα επιχειρήσεων. Με βάση τα αποτελέσματα της έρευνας η εκτίμηση των πωλήσεων, παρουσιάζει μεικτή εικόνα. Αναλυτικότερα:

1. Για το **32%** των επιχειρήσεων οι πωλήσεις κινήθηκαν σε **υψηλότερο επίπεδο** σε σχέση με πέρσι, το 29% στα ίδια επίπεδα, ενώ στο 39% των επιχειρήσεων οι πωλήσεις κινήθηκαν σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με το 2021. Τα αποτελέσματα διαφοροποιούνται με βάση: α) τον κλάδο δραστηριότητας, β) την περιοχή και γ) το μέγεθος της επιχείρησης (Δ-1 & Δ-1α).
2. Ειδικότερα, σε κλαδικό επίπεδο, χαμηλότερες επιδόσεις καταγράφονται στον κλάδο του **οικιακού εξοπλισμού** (το 52% των επιχειρήσεων κινήθηκε πτωτικά σε σύγκριση με πέρσι). Αντίθετα, καλύτερη εικόνα παρουσιάζει ο κλάδος **αθλητικού εξοπλισμού & ειδών ψυχαγωγίας** (βιβλία/παιχνίδια κα), όπου το **48%** των επιχειρήσεων παρουσίασε άνοδο των πωλήσεων σε σύγκριση με το πέρσι, ενώ στον **κλάδο της ένδυσης-υπόδησης δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις** από τη γενική κατανομή (Δ-2).
3. Σε επίπεδο μεγέθους της επιχείρησης, σε όρους κύκλου εργασιών, οι μικρότερες, βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση, καθώς το 40% σημείωσε χαμηλότερες πωλήσεις. Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις, οι επιδόσεις είναι πιο ενθαρρυντικές με το 37% των επιχειρήσεων να κινείται σε υψηλότερα επίπεδα φέτος έναντι της περυσινής αντίστοιχης περιόδου (Δ-3).
4. Επιπλέον, από την έρευνα προκύπτει πως οι επιχειρήσεις που είχαν δυνατότητα πωλήσεων και **εκτός φυσικού καταστήματος** (τηλεφωνικές παραγγελίες, πωλήσεις μέσω κοινωνικών δικτύων, site, e-shop) εμφάνισαν ελαφρώς καλύτερες επιδόσεις (34%) σε σχέση με εκείνες που δεν είχαν. Στο αποτέλεσμα αυτό θα πρέπει να ληφθεί υπόψιν και ότι η αγορά φέτος λειτούργησε ελεύθερα χωρίς περιορισμούς. Επισημαίνεται ότι από αυτές το 28% απέκτησε τη δυνατότητα να πωλήσεων εκτός φυσικού καταστήματος κατά τη **διάρκεια της πανδημίας** (Δ-4).

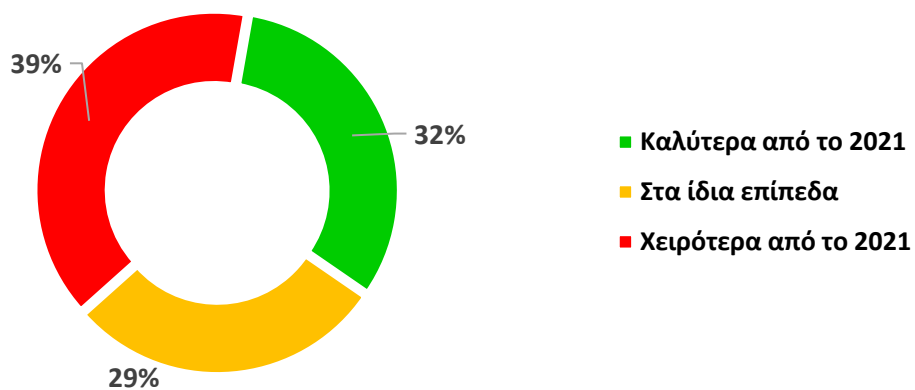
5. Με δεδομένο ότι η αγορά λειτουργούσε υπό πιο ομαλές συνθήκες σε σύγκριση με πέρυσι, κρίθηκε σκόπιμο οι επιδόσεις των επιχειρήσεων κατά τις τακτικές χειμερινές εκπτώσεις να **συγκριθούν με το 2019**, με δεδομένο ότι αποτελεί την χρονιά πριν την έλευση της πανδημίας που έχει εξαιρετικές επιπτώσεις στο οικοσύστημα της επιχειρηματικότητας αλλά και στο κλίμα της αγοράς. Στη σύγκριση αυτή, τα αποτελέσματα δεν είναι καθόλου ενθαρρυντικά καθώς στη συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων (89%) εμφανίζονται χαμηλότερες επιδόσεις σε σύγκριση με το 2019 και την προ πανδημίας εποχή. Το εύρημα αυτό επιβεβαιώνει τις συνεχείς παρεμβάσεις της ΕΣΣΕ για το ότι η αγορά θα πρέπει να διανύσει μεγάλη απόσταση για να επιστρέψει σε κανονικούς ρυθμούς και χρειάζεται ισχυρή στήριξη. Παράλληλα, δεν θα πρέπει να λησμονείται πως οι απώλειες των επιχειρήσεων του 2020 και του 2021 έχουν ήδη ενσωματωθεί στο ενεργητικό κάθε επιχείρησης, εξέλιξη που σημαίνει πως ο επιχειρηματικός κόσμος θα χρειαστεί χρόνο όχι μόνο μέχρι την επιστροφή στην κανονικότητα αλλά ακόμα και μετά από αυτή (Δ-5).
6. Η καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων αναδείχθηκε η πρώτη περίοδος τον μήνα Ιανουάριο για το 38% των επιχειρήσεων, έπειτα ακολούθησε το πρώτο δεκαπενθήμερο του Φεβρουαρίου 24%, ενώ για σημαντικό μερίδιο επιχειρηματιών δεν σημειώθηκε κάποια διαφορά μεταξύ των περιόδων (Δ-6).
7. Το 94% των επιχειρήσεων χαρακτήρισαν τους καταναλωτές πιο συγκρατημένους στις αγορές τους, εύρημα δυσμενέστερο σε σχέση με πέρυσι, όπου αντίστοιχα κυμαινόταν στο 89%. Το γεγονός αυτό συνηγορεί στην αβεβαιότητα που επικρατεί στην αγορά. Οι πρόσφατες ανατιμήσεις οι οποίες ιδιαίτερα το τελευταίο διάστημα, φαίνεται να έχουν συρρικνώσει τη δαπάνη των καταναλωτών σε προϊόντα ελαστικής ζήτησης (Δ-7).

Επίπτωση ενεργειακού κόστους

8. Η υψηλή αύξηση του ενεργειακού κόστους έχει αρνητικές επιπτώσεις στη λειτουργία των εμπορικών επιχειρήσεων αφού για το 80% από αυτές ο αρνητικός αντίκτυπος αξιολογείται από πολύ έως πάρα πολύ ισχυρός, αναλογία φανερά ενισχυμένη από την προηγούμενη καταγραφή σχεδόν δυο μήνες νωρίτερα (61%). Τούτο σε συνδυασμό, με το ότι οι επιχειρήσεις παρουσιάζουν πολύ χαμηλό βαθμό ικανοποίησης σε σχέση με τα μέτρα στήριξης για τις ανατιμήσεις και τις αυξήσεις στο κόστος ενέργειας, συνηγορεί στην συνεχή πίεση του επιχειρηματικού κόσμου (Δ-8 & Δ-9).
9. Δεδομένων των τελευταίων εξελίξεων, οι επιχειρηματίες ερωτήθηκαν για τις αυξήσεις στις τιμές αγοράς των προϊόντων τους από τους προμηθευτές τους. Αυτό που προκύπτει είναι ότι το 73% αγοράζει ήδη σε υψηλότερες τιμές, ενώ για το 19% μέχρι στιγμής στις ίδιες. Ειδικότερα, σε εκείνους που σημειώθηκαν αυξήσεις φαίνεται ότι αυτές κυμαίνονται έως 30% (Δ-10).
10. Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (71%) πρόκειται να συνεχίσει τις προσφορές μετά το πέρας της περιόδου εκπτώσεων, εύρημα που αποτυπώνει την συνεχή προσπάθεια των επιχειρηματιών για την κίνηση της αγοράς με ελκυστικότερες τιμές και την αναστροφή του αρνητικού κλίματος (Δ-11).

Στη συνέχεια ακολουθεί η αναλυτική διαγραμματική αποτύπωση των αποτελεσμάτων της έρευνας (προσωρινά στοιχεία).

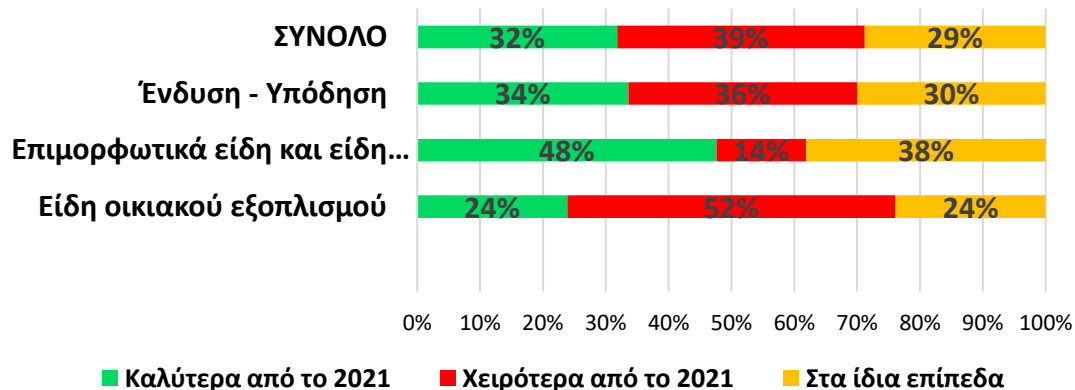
Διάγραμμα 1: Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις της επιχείρησής κατά την περίοδο των φετινών Χειμερινών Εκπτώσεων σε σύγκριση με την περυσινή αντίστοιχη εκπτωτική περίοδο (2021);



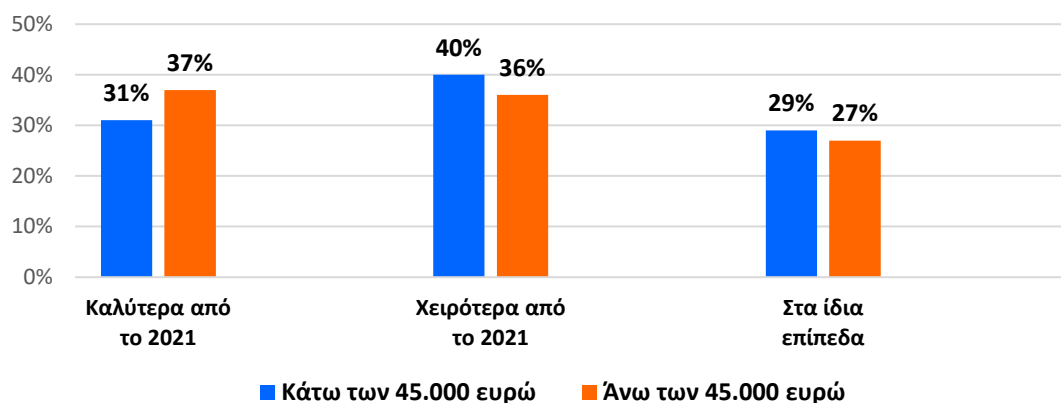
Διάγραμμα 1α Εκτίμηση Πωλήσεων κατά τις χειμερινές εκπτώσεις συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο (%)



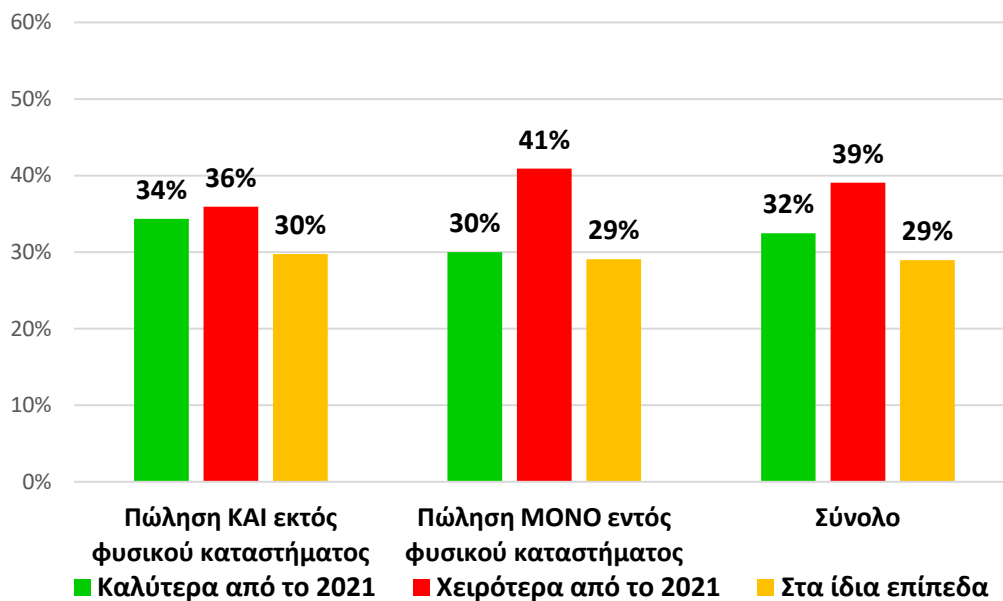
Διάγραμμα 2: Πωλήσεις στις Χειμερινές εκπτώσεις του 2022 συγκριτικά με το 2021 ανά κλάδο



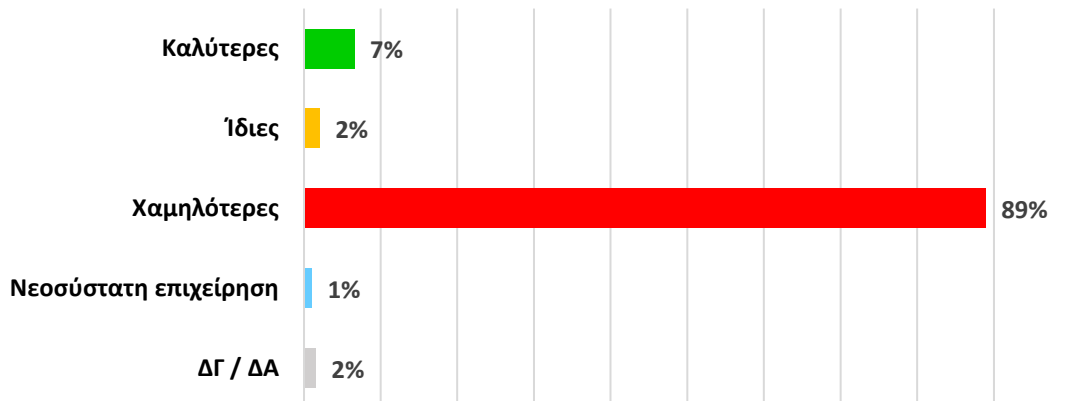
Διάγραμμα 3: Πωλήσεις στις Χειμερινές εκπτώσεις του 2022 συγκριτικά με το 2021 ως προς τον κύκλο εργασιών



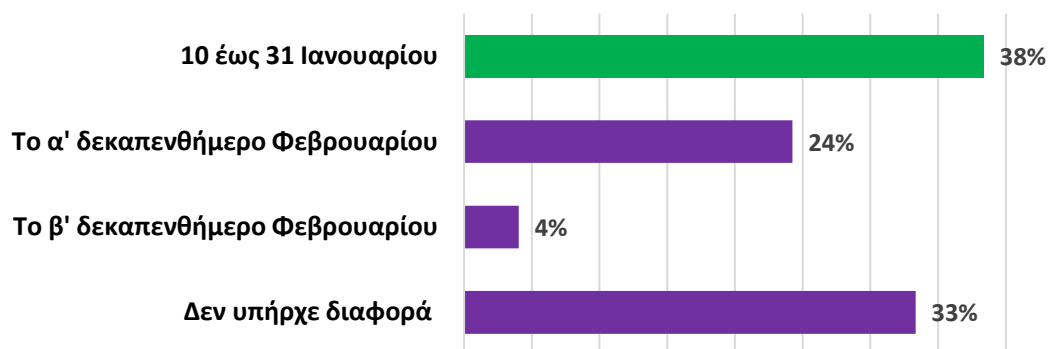
Διάγραμμα 4: Πωλήσεις την περίοδο των Χειμερινών εκπτώσεων με βάση την δυνατότητα πωλήσεων ΕΚΤΟΣ φυσικού καταστήματος (τηλεφωνικές παραγγελίες, site, e - shop, social media (2022/2021)



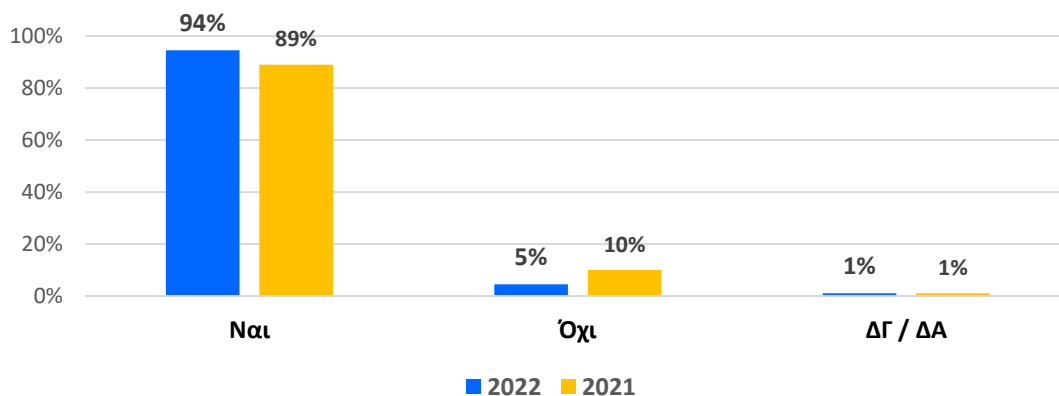
Διάγραμμα 5: Συνολικά οι πωλήσεις κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του 2022 ήταν καλύτερες, ίδιες ή χαμηλότερες σε σύγκριση με το 2019;



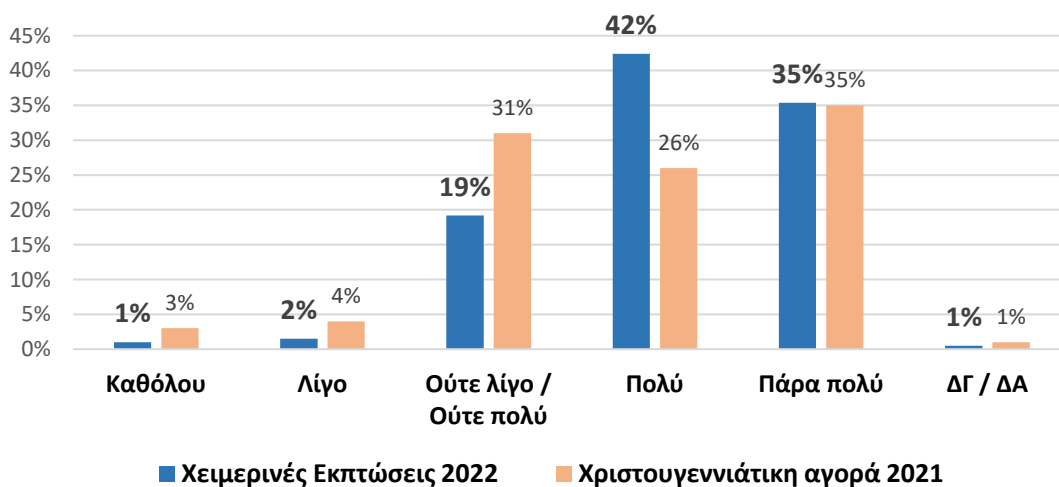
Διάγραμμα 6: Ποια ήταν κατά τη γνώμη σας η καλύτερη περίοδος των φετινών εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης;



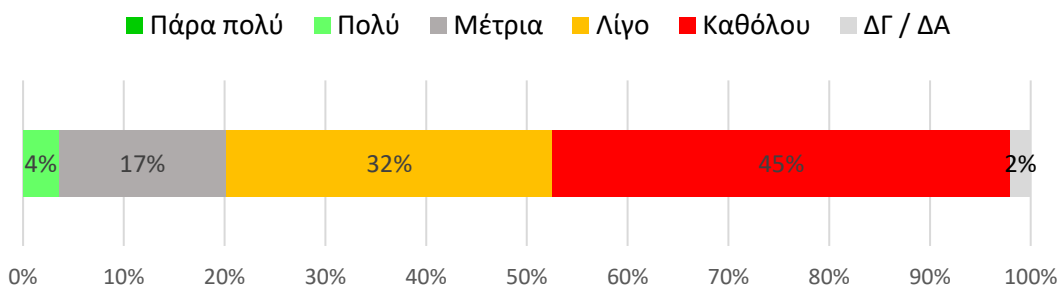
Διάγραμμα 7: Θεωρείτε ότι οι καταναλωτές ήταν πιο συγκρατημένοι στις αγορές τους κατά τη διάρκεια των φετινών χειμερινών εκπτώσεων;



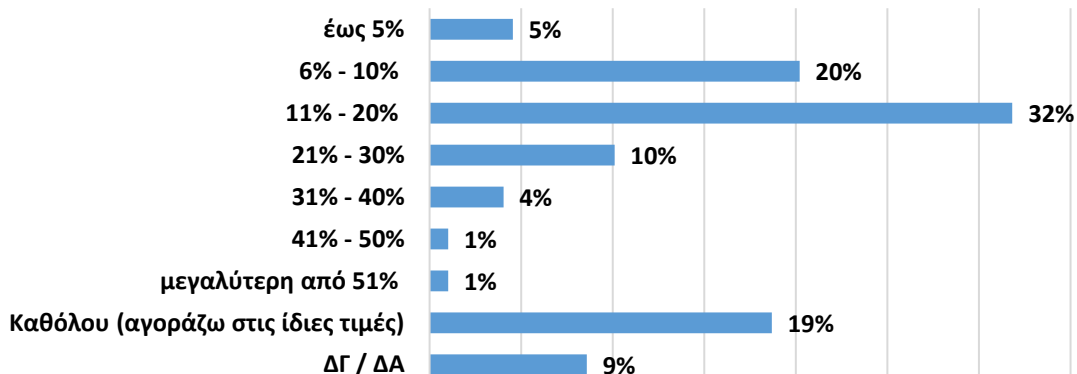
Διάγραμμα 8: Σε τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάζουν αρνητικά την επιχειρησή σας οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος;



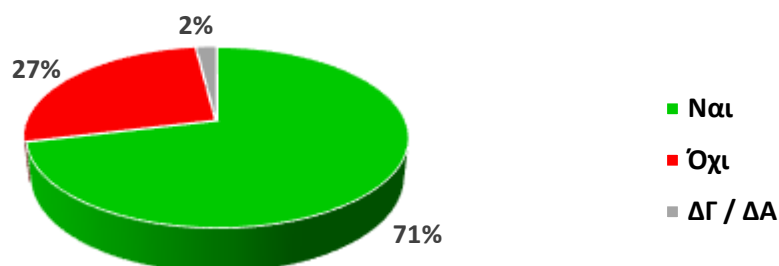
Διάγραμμα 9: Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος από τα μέτρα στήριξης σχετικά με τις ανατιμήσεις και την αύξηση του ενεργειακού κόστους;



Διάγραμμα 10: Το τελευταίο διάστημα ποιό είναι το ύψος της αύξησης των τιμών αγοράς των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές σας;



Διάγραμμα 11: Σκοπεύετε να συνεχίσετε με προσφορές στην επιχείρησή σας, μετά το πέρας της χειμερινής εκπτώτικής περιόδου;



Μεθοδολογικές επισημάνσεις:

1. Στην ερμηνεία των αποτελεσμάτων της ετήσιας έρευνας του INEMY-ΕΣΕΕ, για την κίνηση της αγοράς κατά τις χειμερινές εκπτώσεις σε σύγκριση με τις περυσινές επιδόσεις, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το 2021 η αγορά λειτούργησε με διάφορους περιορισμούς κατά τη διάρκεια της εκπτωτικής περιόδου λόγω της έξαρσης της πανδημίας. Συγκεκριμένα, η περυσινή περίοδος συρρικνώθηκε καθώς η αγορά είχε λειτουργήσει κάτω από τρεις διαφορετικές ταχύτητες: α. την ελεύθερη πρόσβαση στα εμπορικά καταστήματα από τις 18 Ιανουαρίου η οποία ωστόσο για ορισμένες περιφέρειες διήρκησε μόνο μέχρι και το τέλος του μήνα και β. & γ. το συνδυασμό των μεθόδων click-away και click-in-shop μέχρι τις 10 Φεβρουαρίου για Αττική, Θεσσαλονίκη, Αχαΐα και Εύβοια. Μάλιστα κατά τη διάρκεια της περιόδου, σημειώθηκαν και νέες γεωγραφικές διαφοροποιήσεις στη λειτουργία της αγοράς, δηλαδή η επιβολή του πλήρους lockdown στα καταστήματα και το υβριδικό μοντέλο click-away και clickin-shop σε κάποιες περιοχές της χώρας, αλλά και την πλήρη ελεύθερη λειτουργία σε περιφέρειες όπως το Νότιο Αιγαίο.
2. Σύνολο δείγματος 300 επιχειρήσεις που συμμετέχουν στις εκπτώσεις πανελλαδικά. Στατιστικό σφάλμα: +/- 5,52%