

# Αποτελέσματα έρευνας χειμερινών εκπτώσεων 2016

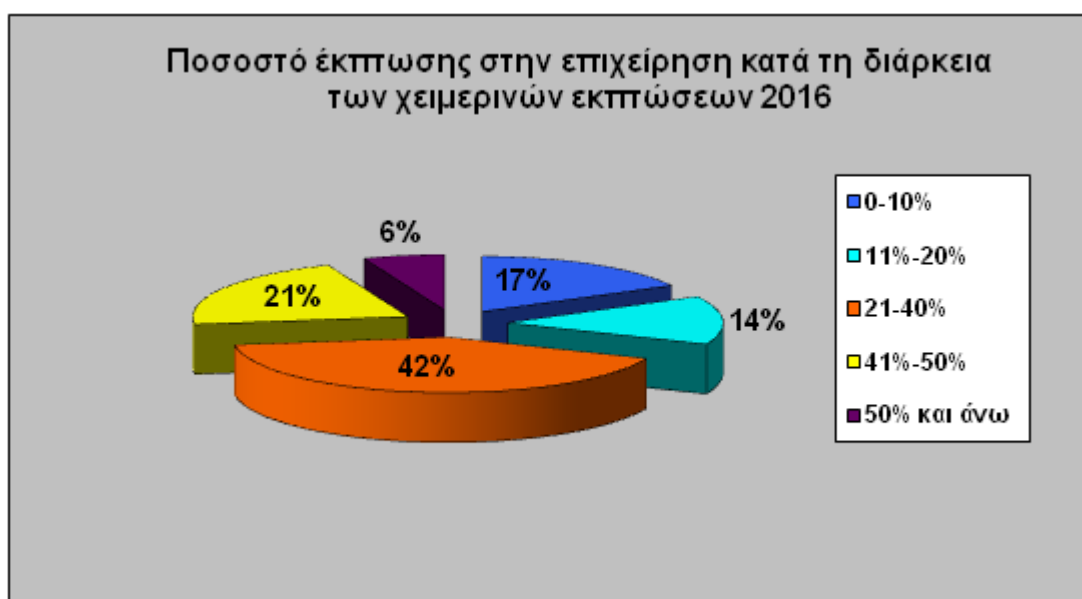
## «Το 2016 ξεκίνησε για την αγορά χειρότερα απ' ότι τελείωσε το 2015»

Το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την περιοδική έρευνα για τις χειμερινές εκπτώσεις και διερεύνησε τη στάση και τις απόψεις των εμπόρων για το άνοιγμα των Κυριακών. Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα 150 εμπορικών επιχειρήσεων σε παραδοσιακές εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας. Επίσης, καταγράφηκαν οι απόψεις πολλών Εμπορικών Συλλόγων από όλη τη χώρα.

Όπως προκύπτει, οι έμποροι της λιανικής είχαν ως στόχο κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων να πλησιάσουν τα επίπεδα του περυσινού τζίρου, χωρίς όμως αυτό να καταστεί εφικτό. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας που πραγματοποιεί κάθε χρόνο το INEMY-ΕΣΕΕ σε συνεργασία με τους Εμπορικούς Συλλόγους, καθώς και με στοιχεία από μικρομεσαίες και μεγαλύτερες εμπορικές επιχειρήσεις από όλη τη χώρα προκύπτει ότι η αρχή του 2016 δεν ήταν η αναμενόμενη.

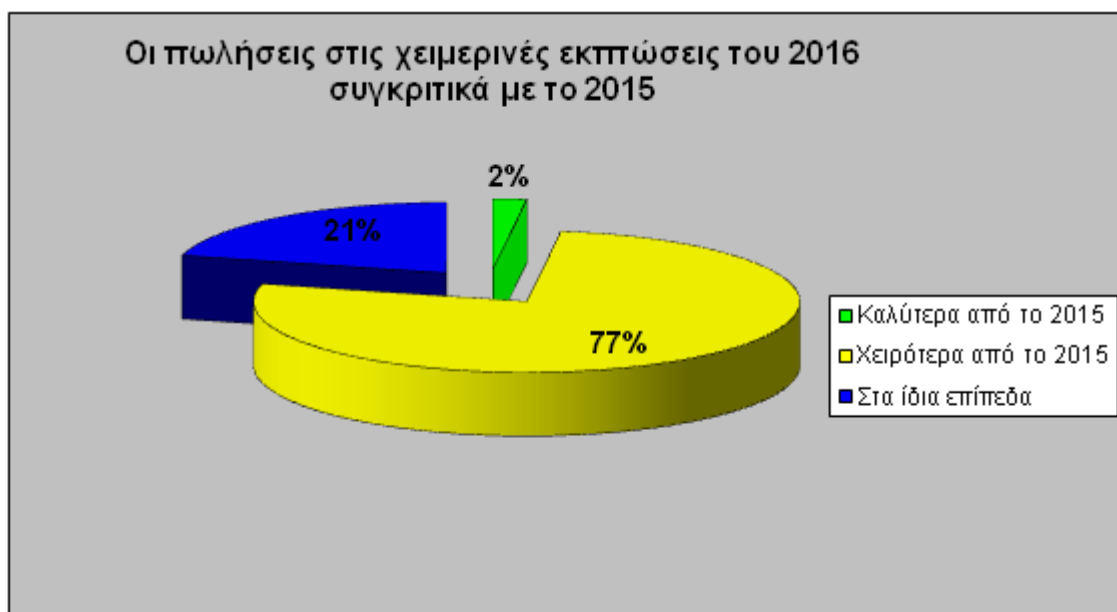
### Εκπτώσεις

Για τις περισσότερες επιχειρήσεις (42%) το ποσοστό της έκπτωσης κυμάνθηκε μεταξύ 20% και 40%, ενώ μία στις τέσσερις επιχειρήσεις πραγματοποιούσε πωλήσεις με ποσοστό έκπτωσης άνω του 40%. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα ποσοστά έκπτωσης σε κάθε περίοδο των εκπτώσεων ακολουθούν μία παρόμοια λογική τα τελευταία χρόνια.

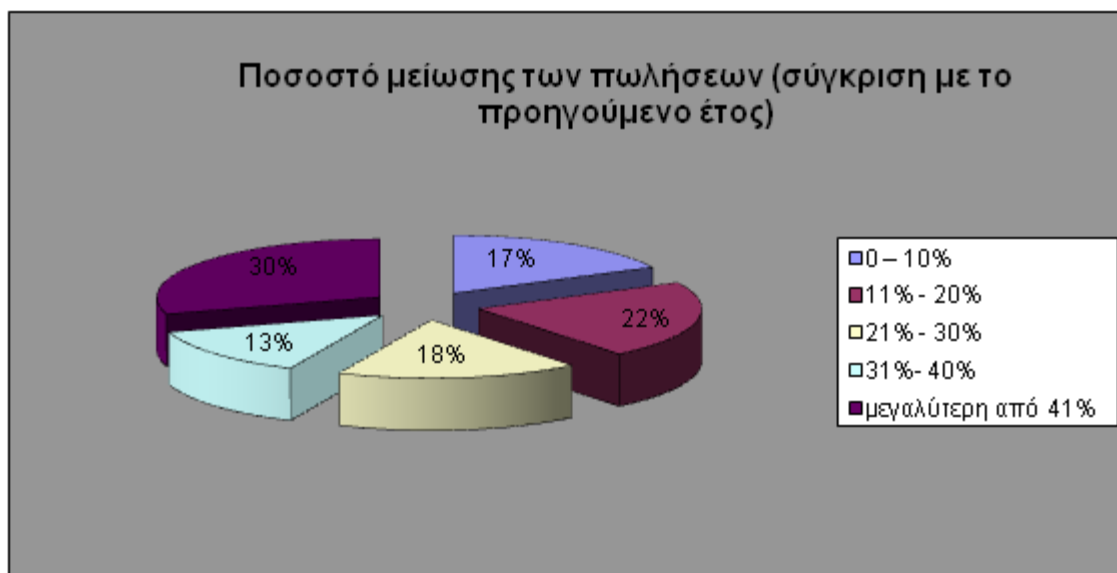


Όσον αφορά την εξέλιξη των πωλήσεων διαπιστώθηκε ότι σε σύγκριση με το 2015 μία στις τρεις επιχειρήσεις εμφάνισε απώλεια τζίρου. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μεγαλύτερο σε

σύγκριση με την προηγούμενη περίοδο. Ενώ το ποσοστό αυτών που δήλωσαν ότι οι εκπτώσεις του 2016 ήταν καλύτερες σε σύγκριση με την περσινή περίοδο είναι εξαιρετικά μικρό (2%).

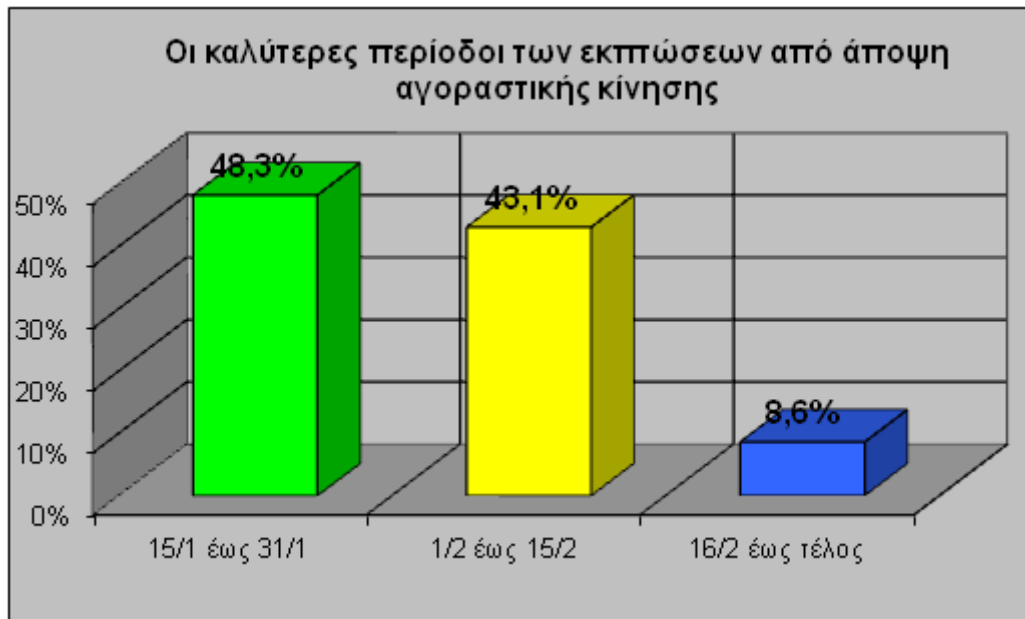


Οι μεταβολές του ποσοστού της μείωσης των πωλήσεων σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος κινείται στα ίδια επίπεδα με πέρσι. Μια στις τρεις επιχειρήσεις εμφάνισε απώλεια τζίρου μεγαλύτερη του 40%, μία στις δέκα 31% με 40% και μία στις πέντε 21% με 30%.

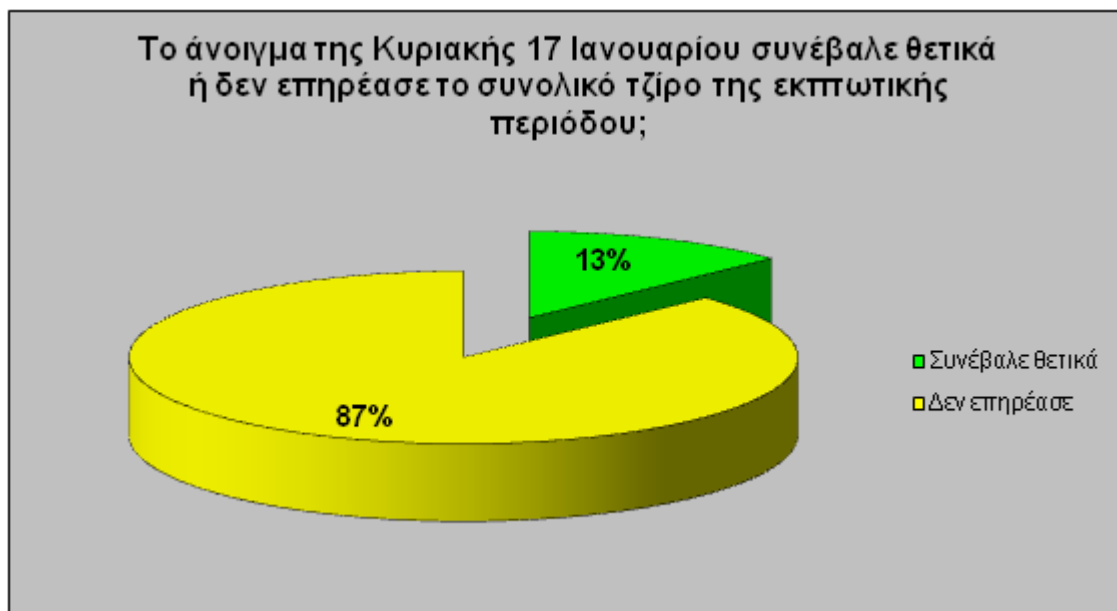


Οι έμποροι σε ποσοστό 48,3%, δήλωσαν ότι η καλύτερη περίοδος των χειμερινών εκπτώσεων ήταν από τις 15/1/2016 έως 31/1/2016, ακολουθεί η περίοδος 1/2/2016 έως 15/2/2016 με ποσοστό 43,31% και τέλος η περίοδος 16/2/2015 έως το τέλος των εκπτώσεων. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι είναι από τις πρώτες φορές όπου το πρώτο δεκαπενθήμερο των εκπτώσεων δεν υπερಿಸχύει με ένταση σε σύγκριση με τις άλλες περιόδους. Δεν γνωρίζουμε αν αποτελεί ένα νέο εύρημα στην αλλαγή της συνήθους καταναλωτικής πρακτικής, αφού ακόμα δεν γνωρίζουμε αν θα συνεχίσει η ίδια τάση. Παρ' όλα αυτά, κρίνουμε ότι τα δεκαήμερα προσφορών πριν τις εκπτώσεις που πραγματοποιούνται πλέον από μεγάλες

πολυεθνικές αλυσίδες και οι πραγματοποίηση των ενδιάμεσων εκπτώσεων είναι γεγονός ότι θα επέφεραν αλλαγές στις καταναλωτικές στρατηγικές.



Για τα καταστήματα που άνοιξαν την Κυριακή 17 Ιανουαρίου παρατηρείται ότι η πλειονότητα των επιχειρηματιών, της τάξης του 87%, πιστεύει ότι το άνοιγμα του καταστήματος την Κυριακή δεν επηρέασε τον συνολικό τζίρο της χειμερινής εκπτώτικης περιόδου και μόλις το 13% δηλώνει ότι επηρέασε θετικά τον συνολικό ύψος των πωλήσεων.



Είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικό ότι στην ερώτηση, με ποιον τρόπο καλύπτουν οι επιχειρηματίες την ανάγκη απασχόλησης προσωπικού, μόλις το 3% δηλώνει ότι έχει προσλάβει επιπλέον υπάλληλο. Είναι φανερό ότι το άνοιγμα των καταστημάτων τις Κυριακές δεν είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της απασχόλησης. Η πλειονότητα σε ποσοστό 78% έχει επωμιστεί προσωπικά την κάλυψη της συγκεκριμένης ανάγκης και το υπόλοιπο

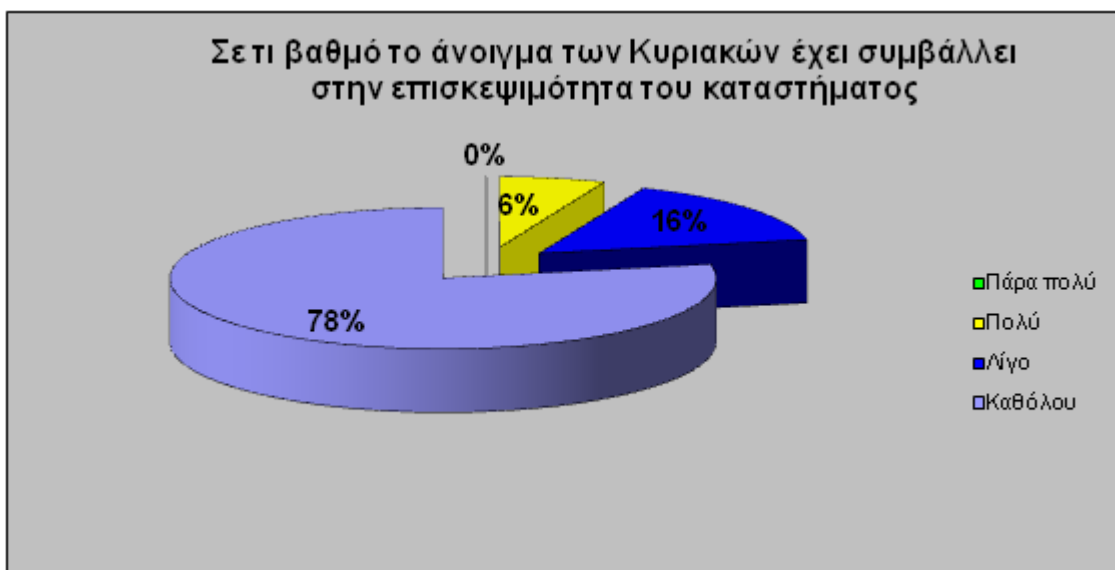
19% των επιχειρήσεων έχει επεκτείνει το ωράριο των ήδη υπαρχόντων υπαλλήλων.



Όσον αφορά το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης, το 52% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι επιβαρύνεται είτε πάρα πολύ είτε πολύ από το άνοιγμα των Κυριακών, το ίδιο ποσοστό 42% απάντησε λίγο, ενώ το 6% δήλωσε ότι δεν έχει επιβαρυνθεί καθόλου.



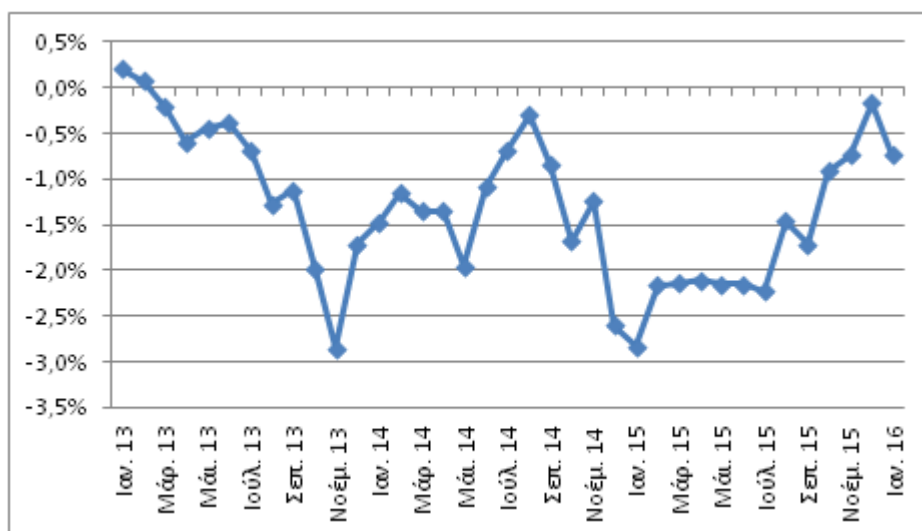
Τέλος, η επισκεψιμότητα, σε οχτώ στις δέκα επιχειρήσεις δεν έχει αυξηθεί καθόλου από το γεγονός ότι παραμένουν ανοιχτά τις Κυριακές. Το 18% των επιχειρηματιών διακρίνει μία μικρή αύξηση, ενώ μόλις το 6% δηλώνει ότι το άνοιγμα της επιχείρησής του τις Κυριακές αύξησε κατά πολύ την επισκεψιμότητα.



### Εκπτώσεις-κύκλος εργασιών και αποπληθωρισμός

Συνδυάζοντας τα παραπάνω στοιχεία με το εύρημα της πτώσης του επιπέδου των τιμών για 35ο συνεχή μήνα σύμφωνα με το Γενικό Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΓΔΤΚ) της ΕΛ.ΣΤΑΤ, γίνεται σαφές ότι αυτή η επιμονή των αποπληθωριστικών πιέσεων διαμορφώνει αρνητικές προσδοκίες νοικοκυριών και επιχειρήσεων, με την οικονομία να εγκλωβίζεται σε ατέρμονα κύκλο (αποπληθωριστικό σπирάλ) αλληπάλλληλων μειώσεων τιμών και μισθών.

**Διάγραμμα 1:** Εξέλιξη του πληθωρισμού στην Ελλάδα, βάσει ΓΔΤΚ (σε %)



Η μεσοσταθμική μείωση της αγοραστικής κίνησης το 2016 σε σχέση με τις χειμερινές εκπτώσεις του 2015 (Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2015: τζίρος σε απόλυτα νούμερα **5,67 δις ευρώ** και **μείωση -2,4%** σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2014), κυμαίνεται στα επίπεδα του -20,8%, ενώ θα πρέπει να σημειωθεί πως ο εκτιμώμενος τζίρος για τη χειμερινή εκπτωτική περίοδο θα διαμορφωθεί το 2016 περίπου στα 4,49 δις ευρώ, **καταγράφοντας απώλειες 1,18 δις ευρώ** (μείωση -20,8% σε σχέση με τις Χειμερινές Εκπτώσεις του 2015). Να σημειωθεί το εξής: κάθε χρόνο αναφέρουμε την πορεία του τζίρου σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εμπορικών επιχειρήσεων οι οποίες είναι πολύ πιο απαισιόδοξες από τα πραγματικά δεδομένα τα οποία όταν δημοσιοποιούνται από την ΕΛΣΤΑΤ τα

ενσωματώνουμε στον παρακάτω πίνακα. Παρ' όλα αυτά, η τάση δεν αλλάζει δηλαδή η πτώση του τζίρου τα τελευταία χρόνια επαληθεύεται τόσο από τις εκτιμήσεις των επιχειρήσεων όσο και από τα πραγματικά δεδομένα.

<b>Πίνακας 1: Διαχρονική εξέλιξη τζίρου σε καταστήματα λιανικής, κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων</b> (Ιανουάριος - Φεβρουάριος)									
<b>Σε απόλυτα ποσά</b> (προβολές σε δις ευρώ)	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b> (εκτίμηση)
	8,83	7,8	8,32	7,54	6,9	5,89	5,81	5,67	4,49
<b>(%) Μεταβολές</b> (Πηγή ΕΛ.ΣΤΑΤ, εποχικά διορθωμένος ΔΚΕ σε λιανικό)	<b>2009/</b> <b>2008</b>	<b>2010/</b> <b>2009</b>	<b>2011/</b> <b>2010</b>	<b>2012/</b> <b>2011</b>	<b>2013/</b> <b>2012</b>	<b>2014/</b> <b>2013</b>	<b>2015/</b> <b>2014</b>	<b>2016/</b> <b>2015</b>	<b>(εκτίμηση)</b>
	-11,70%	6,70%	-9,40%	-8,50%	-14,60%	-1,40%	-2,40%	20,80%	

### Συνοψίζοντας, επισημαίνουμε:

- Μετά τις εξελίξεις του καλοκαιριού (επιβολή ελέγχου στην κίνηση κεφαλαίων) καταγράφηκε επιβράδυνση του ρυθμού υποχώρησης των τιμών, παρά την αυξημένη αβεβαιότητα και τις εκτιμήσεις για περαιτέρω καθοδικές πιέσεις στη ζήτηση.
- Το παράδοξο αυτό φαινόμενο οφείλεται: α) σε ανατιμήσεις εξαιτίας αλλαγών στο καθεστώς ΦΠΑ σε σειρά προϊόντων και υπηρεσιών από το καλοκαίρι του 2015 και έπειτα, β) στην υψηλή προσέλευση τουριστών η οποία λειτούργησε ενισχυτικά προς την κατανάλωση (+7,0% το ταξιδιωτικό ισοζύγιο) και γ) στη διατήρηση/ ομαλοποίηση της καταναλωτικής δαπάνης των νοικοκυριών από χρηματικά κεφάλαια (καταθέσεις) που είχαν αποσυρθεί πριν την επιβολή των capital controls (+1,2% το τρίτο τρίμηνο του 2015).
- Η επιμονή των αποπληθωριστικών πιέσεων είναι δυνατόν να διαμορφώσει αρνητικές προσδοκίες νοικοκυριών και επιχειρήσεων, με την οικονομία να εγκλωβίζεται σε ατέρμονα κύκλο (αποπληθωριστικό σπινάλι) αλληπάλληλων μειώσεων τιμών και μισθών.
- Παρά τη συνεχή υποχώρηση του γενικού επιπέδου των τιμών (αποπληθωρισμός), σε σειρά βασικών (πρώτης ανάγκης) προϊόντων και υπηρεσιών, καταγράφεται αύξηση των τιμών, με αποτέλεσμα την επιβάρυνση των καταναλωτών και ιδιαίτερα των πλέον εισοδηματικά αδύναμων.
- Η τρύπα στον τζίρο των χειμερινών εκπτώσεων, εκτιμάται σε κάτι λιγότερο από ένα δις ευρώ, δημιουργώντας μεγάλο κενό στην ελληνική αγορά.
- Το ελληνικό εμπόριο συνεχίζει την μεγάλη προσπάθεια για ανάκαμψη, ενώ ο κλάδος του λιανεμπορίου συνεχίζει τις προσφορές μειωμένων τιμών στους καταναλωτές.
- Η λειτουργία των καταστημάτων την Κυριακή συνεχίζει να έχει μηδενική επίδραση για τον τζίρο, την επισκεψιμότητα και την αύξηση της απασχόλησης. Τέλος, υπογραμμίζεται η επιδείνωση του λόγου χρέους/ ΑΕΠ (σε τρέχουσες τιμές) εξαιτίας της μείωσης της ονομαστικής αξίας του προϊόντος.

**Ο πρόεδρος της ΕΣΣΕ, κ. Βασίλης Κορκίδης δήλωσε τα εξής:**

*«Βρισκόμαστε σε μία πολύ αμήχανη θέση να αναφέρουμε κάθε χρόνο την τελευταία εξαετία, ότι η κατάσταση στην αγορά είναι όχι απλά δύσκολη, αλλά εξαιρετικά περιοριστική για την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ούτε οι εκπτώσεις κατάφεραν να δώσουν την ανάσα που χρειάζεται η αγορά, ενώ τα περιθώρια ανάκαμψης στενεύουν απελπιστικά. Ο αποπληθωρισμός συνεχίζεται για 35ο μήνα και όλα δείχνουν ότι θα συνεχιστεί για πολύ ακόμα, ενώ το διαθέσιμο εισόδημα συμπίεζεται διαρκώς σε ένα ασταθές φορολογικό περιβάλλον. Αναμένοντας την αξιολόγηση, οι επιχειρήσεις περνάνε καθημερινά από ισχυρές δοκιμασίες επιβίωσης, ενώ οι κινητοποιήσεις αναμένεται να επηρεάσουν άμεσα και τις εξαγωγές του πρώτου τριμήνου, οι οποίες έχουν ήδη αρνητικό πρόσημο συγκριτικά με 6 δις ευρώ που κινήθηκαν την ίδια περίοδο του 2015. Η έντονη πτώση στις τιμές ένδυσης και υπόδησης καθιστά πλέον φανερό το μέγεθος των πιέσεων που έχει ασκηθεί στο συγκεκριμένο κλάδο του λιανικού εμπορίου τα τελευταία χρόνια. Οι έμποροι έχουν καταβάλει και συνεχίζουν να καταβάλουν κάθε δυνατή προσπάθεια απορρόφησης των κραδασμών και μη μετακύλησης των βαρών στους καταναλωτές από τις δυσμενείς εξελίξεις στην πραγματική οικονομία, μειώνοντας συνεχώς τις τιμές των προϊόντων τους. Το αποτέλεσμα είναι οι φετινές χειμερινές εκπτώσεις να περάσουν σχεδόν απαρατήρητες για τους εμπόρους και αδιάφορες για τους καταναλωτές. Η επιμονή των αποπληθωριστικών πιέσεων επί σχεδόν 3 χρόνια σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον συμπίεσης έχει εξαναγκάσει μεγάλο μέρος των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων να λειτουργούν κάτω του κόστους, ώστε να παραμείνουν πάση θυσία ανοικτές, χωρίς, ωστόσο αυτό να σημαίνει πως οι αντοχές τους είναι ανεξάντλητες....»*

**Πίνακας: Εκτιμήσεις Εμπορικών Συλλόγων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών κατά τη διάρκεια των Χειμερινών Εκπτώσεων**

<b>Εμπορικοί Σύλλογοι</b>	<b>Μεταβολή (%) τζίρου κατά τη διάρκεια των Χειμερινών Εκπτώσεων 2016/2015</b>
1. Ε.Σ. Αθηνών	<b>Πτώση 10-20%</b>
2. Ε.Σ. Θεσσαλονίκης	<b>Πτώση 20-30%</b>
3. Ε.Σ. Πειραιώς	<b>Πτώση 8-10%</b>
4. Ε.Σ. Πάτρας	<b>Πτώση 25%</b>
5. Ε.Σ. Ηρακλείου	<b>Πτώση 15%</b>
6. Ε.Σ. Χανίων	<b>Πτώση 20-30%</b>
7. Ε.Σ. Βόλου	<b>Πτώση 30%</b>
8. Ε.Σ. Λάρισας	<b>Πτώση 10%</b>
9. Ε.Σ. Χαλανδρίου	<b>Πτώση 20%</b>
10. Ε.Σ. Ν. Ιωνίας	<b>Σταθερότητα</b> (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
11. Ε.Σ. Παλαιού Φαλήρου	<b>Πτώση 10%</b>
12. Ε.Σ. Νίκαιας	<b>Πτώση 20%</b>
13. Ε.Σ. Δίου	<b>Πτώση 20-25%</b>
14. Ε.Σ. Γλυφάδας	<b>Πτώση 5%</b>
15. Ε.Σ. Κερατσινίου - Δραπετσώνας	<b>Πτώση 20-30%</b>
16. Ε.Σ. Καλλιθέας	<b>Πτώση 15-20%</b>
17. Ε.Σ. Μοσχάτου	<b>Πτώση 10-15%</b>
18. Ε.Σ. Κηφισιάς	<b>Πτώση 10%</b>
19. Ε.Σ. Αμαρουσίου	<b>Πτώση 20%</b>
20. Ε.Σ. Ρεθύμνου	<b>Πτώση 15%</b>
21. Ε.Σ. Θήρας	<b>Πτώση 20%</b>
22. Ε.Σ. Έδεσσας	<b>Πτώση 10-20%</b>
23. Ε.Σ. Γρεβενών	<b>Πτώση άνω του 30%</b>
24. Ε.Σ. Γιαννιτσών	<b>Πτώση 30%</b>
25. Ε.Σ. Βέροιας	<b>Πτώση 15%</b>
26. Ε.Σ. Ναυπλίου	<b>Πτώση 25-30%</b>
27. Ε.Σ. Κορίνθου	<b>Πτώση 10-20%</b>
28. Ε.Σ. Κιάτου	<b>Πτώση άνω του 30%</b>
29. Ε.Σ. Σύρου	<b>Σταθερότητα</b> (η αγορά κινήθηκε στα ίδια επίπεδα)
30. Ε.Σ. Νάξου	<b>Ανοδος 15%</b>
31. Ε.Σ. Καλαμάτας	<b>Πτώση 10%</b>
32. Ε.Σ. Ζακύνθου	<b>Πτώση 25%</b>
33. Ε.Σ. Αργοστολίου	<b>Πτώση 50%</b>
34. Ε.Σ. Μυτιλήνης	<b>Πτώση 5%</b>
35. Ε.Σ. Λιβαδειάς	<b>Πτώση 20%</b>
36. Ε.Σ. Καρδίτσας	<b>Πτώση 40%</b>
37. Ε.Σ. Αργινίου	<b>Πτώση 15-20%</b>
38. Ε.Σ. Πύργου	<b>Πτώση 15-20%</b>
39. Ε.Σ. Καστοριάς	<b>Πτώση 25-30%</b>
40. Ε.Σ. Κοζάνης	<b>Πτώση 25%</b>
41. Ε.Σ. Πτολεμαΐδας	<b>Πτώση 20%</b>
42. Ε.Σ. Ρόδου	<b>Πτώση 20%</b>
43. Ε.Σ. Φλώρινας	<b>Πτώση 30-40%</b>
44. Ε.Σ. Χαλκίδας	<b>35% στα ίδια επίπεδα – 45% κατέγραψαν πτώση – 20% κατέγραψαν άνοδο</b>



