

Τα αποτελέσματα των θερινών εκπτώσεων

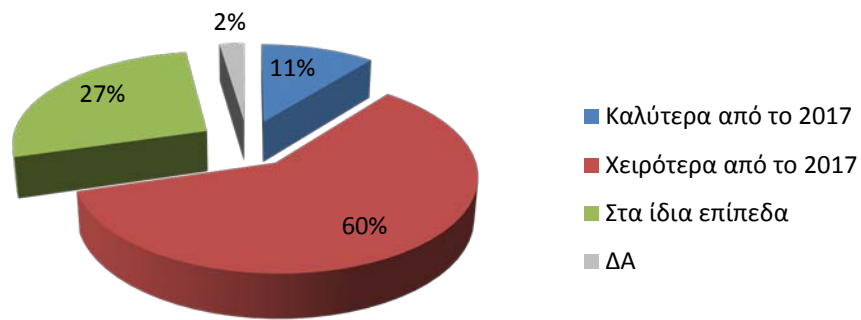
Περίπου μία στις δύο επιχειρήσεις, επέλεξε να διαμορφώσει το ποσοστό των εκπτώσεων μεταξύ 21% και 40%, ενώ μία στις πέντε επιχειρήσεις πραγματοποίησε εκπτώσεις από 41% - 50%.



Πωλήσεις

Οι περισσότερες επιχειρήσεις (60%) παρουσίασαν μείωση των πωλήσεων τους την θερινή εκπτωτική περίοδο του 2018, ενώ περίπου μια στις τέσσερις σταθεροποίησε τις πωλήσεις στα περσινά επίπεδα. Σε σύγκριση με τις αντίστοιχες επιδόσεις του προηγούμενου έτους, σημειώνεται μια οριακή βελτίωση λαμβάνοντας υπόψη ότι περισσότερες επιχειρήσεις (11% το 2018 σε σύγκριση με 6% το 2017) αύξησαν τις πωλήσεις τους την θερινή εκπτωτική περίοδο. Παρ' όλα αυτά, η αύξηση των πωλήσεων για τις επιχειρήσεις αυτές ήταν χαμηλή της τάξης του 5%.

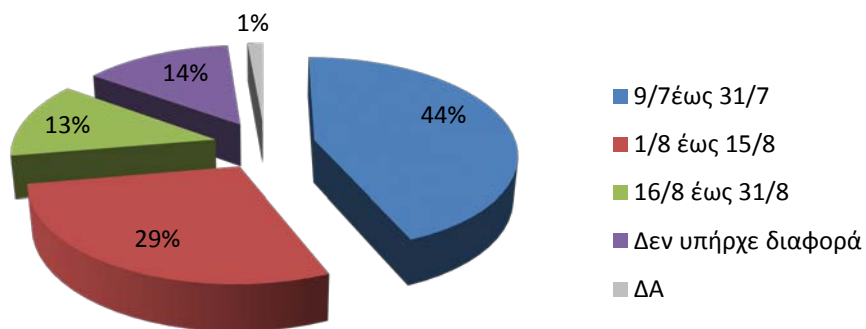
Διάγραμμα 2: Οι πωλήσεις στις θερινές εκπτώσεις του 2018 συγκριτικά με το 2017



Αγοραστική κίνηση

Όπως ήταν αναμενόμενο, όσον αφορά την καλύτερη περίοδο των θερινών εκπτώσεων, οι περισσότερες επιχειρήσεις (44%) κρίνουν ως καλύτερη αγοραστικά περίοδο **το πρώτο εικοσαήμερο τις εκπτώτικης περιόδου, δηλαδή από 9/7/2017 έως 31/7/2017**. Σημαντικό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων (29%) που προτιμά με όρους αγοραστικής κίνησης την επόμενη ακριβώς περίοδο (1/8 – 15/8).

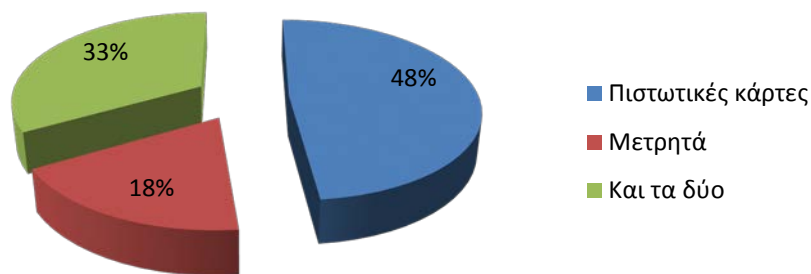
Διάγραμμα 3: Καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης



Τρόπος πληρωμής

Όσον αφορά τον τρόπο πληρωμής που επέλεξαν οι καταναλωτές για τις αγορές τους εντός των θερινών εκπτώσεων, το 48% των επιχειρηματιών απάντησε ότι ήταν κυρίως με πιστωτικές κάρτες, το 33% ότι χρησιμοποίησαν πιστωτικές κάρτες και μετρητά στον ίδιο βαθμό και το 18% κυρίως με μετρητά.

Διάγραμμα 4: Αν οι πελάτες κατά την περίοδο των εκπτώσεων χρησιμοποίησαν κυρίως για τις αγορές τους πιστωτικές κάρτες ή μετρητά



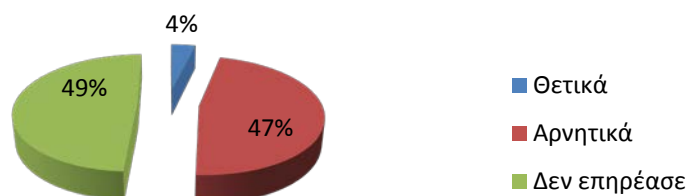
Κυριακή

Ένα χρόνο μετά την έναρξη εφαρμογής της Υπουργικής Απόφασης (75812 - 06/07/2017) για το άνοιγμα των καταστημάτων της Κυριακής σε συγκεκριμένες γεωγραφικές περιοχές, το INEMY συνεχίζει να ανιχνεύει τον οικονομικό και λειτουργικό, σε επίπεδο επιχείρησης, αντίκτυπο του ανοίγματος σε όσες επιχειρήσεις επέλεξαν να ανοίξουν το κατάστημα τους την Κυριακή.

Οι επιχειρήσεις

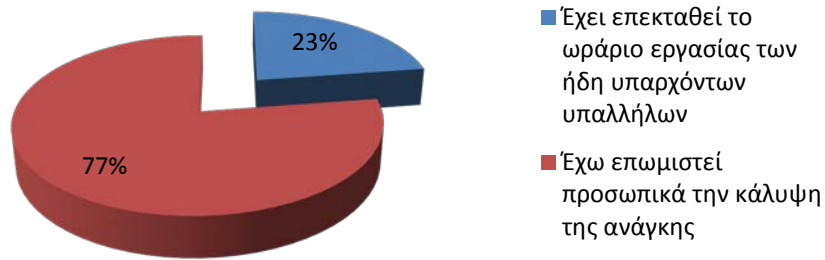
Για τα καταστήματα που άνοιξαν την Κυριακή 15 Ιουλίου, το 47% των επιχειρηματιών πιστεύει ότι το άνοιγμα του καταστήματος την Κυριακή δεν επηρέασε τον συνολικό τζίρο της θερινής εκπτώτικης περιόδου, το 49% ότι τον επηρέασε αρνητικά και μόλις το 4% δηλώνει ότι συνέτεινε θετικά. Να σημειωθεί ότι το 4% αποτελεί τη χειρότερη επίδοση για τις Κυριακές που έχει καταγραφεί ποτέ από το INEMY.

Διάγραμμα 5: Πώς επηρέασε το άνοιγμα την Κυριακή 15 Ιουλίου, στον συνολικό τζίρο της εκπτώτικης περιόδου



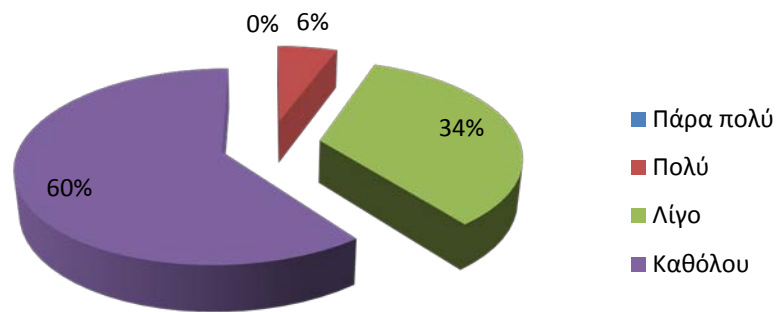
Το 77% των επιχειρήσεων που άνοιξαν την Κυριακή 15 Ιουλίου τα καταστήματά τους, έχουν επωμιστεί οι ίδιοι την κάλυψη της ανάγκης απασχόλησης προσωπικού, ενώ το 23% έχει επεκτείνει το ωράριο των υπαλλήλων που απασχολεί.

Διάγραμμα 6: Πώς καλύπτουν την ανάγκη απασχόλησης προσωπικού για την λειτουργία του καταστήματος την Κυριακή



Όσον αφορά την επισκεψιμότητα του καταστήματος και αν αυτή έχει αυξηθεί, από το γεγονός ότι παραμένουν ανοιχτά τα καταστήματα τις Κυριακές, το 60% δηλώνει ότι δεν υπάρχει καμία βελτίωση. Το 34% απαντάει ότι το άνοιγμα τις Κυριακές έχει συμβάλει σε μικρό βαθμό στην αύξηση της επισκεψιμότητας και μόλις το 6% ότι έχει συμβάλει πάρα πολύ ή πολύ.

Διάγραμμα 7: Σε τι βαθμό έχει συμβάλει στην αύξηση της επισκεψιμότητας του καταστήματος το άνοιγμα τις Κυριακές



**Η κίνηση των θερινών εκπτώσεων στις συμβεβλημένες εμπορικές
επιχειρήσεις των ΑΚΕ σε Πειραιά – Θεσσαλονίκη – Πάτρα –
Αλεξανδρούπολη**

Για τρίτη φορά εξετάζεται ξεχωριστά η κίνηση των θερινών εκπτώσεων στις συμβεβλημένες εμπορικές επιχειρήσεις του Open Mall του Πειραιά, της Θεσσαλονίκης, της Πάτρας και της Αλεξανδρούπολης. Η έρευνα αφορά τις εμπορικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στη δράση Open Mall, με κύρια δραστηριότητα το λιανικό εμπόριο και συγκεκριμένα, όπου διεξάγονται εκπτώσεις, όπως τα είδη ένδυσης-υπόδησης, τα είδη οπτικών, το λιανικό εμπόριο κοσμημάτων, και το άλλο λιανικό εξειδικευμένο εμπόριο. Τα αποτελέσματα των εκπτώσεων για τις επιχειρήσεις των ΑΚΕ παρουσιάζονται συνολικά και δεν λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαίτερες περιπτώσεις κάθε τοπικής αγοράς.

Είναι ιδιαίτερα ενδιαφέρον ότι για τις επιχειρήσεις των ΑΚΕ οι πωλήσεις των φετινών θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος κυμάνθηκαν στα ίδια επίπεδα σε σχέση με τις επιχειρήσεις του γενικού πληθυσμού. Συγκεκριμένα, στο 55% των επιχειρήσεων μειώθηκαν οι πωλήσεις σε σύγκριση με τις πωλήσεις των θερινών εκπτώσεων του προηγούμενου έτους, ενώ σε ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 34,5% οι πωλήσεις κυμάνθηκαν στα ίδια επίπεδα.

Πίνακας 1: Εκτιμήσεις 67 Εμπορικών Συλλόγων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών κατά τη διάρκεια των Θερινών Εκπτώσεων 2018	
Εμπορικοί Σύλλογοι	Μεταβολή (%) τζίρου κατά τη διάρκεια των Θερινών Εκπτώσεων 2018/2017
Αθήνα	Πτώση 1-10%
Θεσσαλονίκη	Πτώση 11-20%
Πειραιάς	Πτώση 1-10%
Περιστέρη	Πτώση 1-10%
Ν. Σμύρνη	Πτώση 11-20%
Νίκαια	Πτώση 21-30%
Χαλάνδρι	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κηφισιά	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Μαρούσι	Πτώση 11-20%
Ίλιον	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κερατσίνι	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Καλλιθέα	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Π. Φάληρο	Πτώση 1-10%

Πάτρα	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Λάρισα	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ιωάννινα	Πτώση 1-10%
Καβάλα	Πτώση 11-20%
Τρίκαλα	Πτώση 1-10%
Άρτα	Πτώση- Μεγαλύτερη από 41%
Αλεξανδρούπολη	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Λαμία	Πτώση 11-20%
Σύρος	Πτώση 1-10%
Λιβαδειά	Πτώση 1-10%
Θήβα	Πτώση 21-30%
Γιαννιτσά	Πτώση 1-10%
Έδεσσα	Πτώση 11-20%
Καστοριά	Πτώση 11-20%
Νάουσα	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Βέροια	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Φλώρινα	Πτώση 11-20%
Χαλκίδα	Πτώση 11-20%
Πύργος	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Καρδίτσα	Πτώση 21-30%
Φάρσαλα	Πτώση 11-20%
Βόλος	Πτώση 11-20%
Σέρρες	Άνοδος 1-10%
Κιλκίς	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Σπάρτη	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Τρίπολη	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Καλαμάτα	Άνοδος 1-10%
Κατερίνη	Πτώση 11-20%

Ρέθυμνο	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Χανιά	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κέρκυρα	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κόρινθος	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κυπαρισσία	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Άργος	Πτώση 11-20%
Κοζάνη	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Γρεβενά	Πτώση 11-20%
Αλεξάνδρεια	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ελασσόνα	Πτώση 21-30%
Κως	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ζάκυνθος	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ναύπλιο	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Κιάτο	Πτώση 1-10%
Νάξος	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Πολύγυρος- Χαλκιδική	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ιεράπετρα	Πτώση 1-10%
Αγ. Νικόλαος (Λασιθίου)	Πτώση 11-20%
Κεφαλονιά & Ιθάκη	Άνοδος 11-20%
Λήμνος	Πτώση 1-10%
Δράμας	Πτώση 1-10%
Κομοτηνής	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Λευκάδας	Πτώση 1-10%
Ηγουμενίτσας	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
Ρόδου	Πτώση 1-10%
Ηρακλείου	Πτώση 11-20%
Μέσος όρος Μείωσης	- 1 έως - 10%

Μεθοδολογία

Η τηλεφωνική έρευνα διενεργήθηκε με τη χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε τυχαίο δείγμα 250 εμπορικών επιχειρήσεων σε παραδοσιακές εμπορικές αγορές αστικών κέντρων της χώρας στρωματοποιημένο ανά κλάδο δραστηριότητας και μεγάλη γεωγραφική περιοχή. Οι κλάδοι που συμπεριλήφθησαν στον ερευνητικό σχεδιασμό είναι κλάδοι που πραγματοποιούν εκπτώσεις.