

Αθήνα, 31 Αυγούστου 2020

### ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

#### Αποτελέσματα έρευνας θερινών εκπτώσεων 2020: **«Μειωμένη Επισκεψιμότητα και Καχεκτικές Πωλήσεις»**

Με την ολοκλήρωση των θερινών εκπτώσεων το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την καθιερωμένη περιοδική έρευνα για τις θερινές εκπτώσεις του 2020. Όπως συνάγεται από τα αποτελέσματα της έρευνας, οι πωλήσεις κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων σημείωσαν μεγάλη πτώση, με τις επιδόσεις να χειροτερεύουν ακόμη και σε σχέση με το δεκαπενθήμερο των εκπτώσεων του Ιουλίου. Χωρίς αμφιβολία, το γεγονός αυτό ερμηνεύεται από την αύξηση των κρουσμάτων κατά τη διάρκεια του Αυγούστου σε συνδυασμό με τα απαραίτητα για την υγεία των πολιτών μέτρα που ελήφθησαν. Ωστόσο, τα μέτρα στήριξης που έλαβε η κυβέρνηση φαίνεται να απέτρεψαν την ολοκληρωτική κατάρρευση της αγοράς.

#### Σύνοψη αποτελεσμάτων

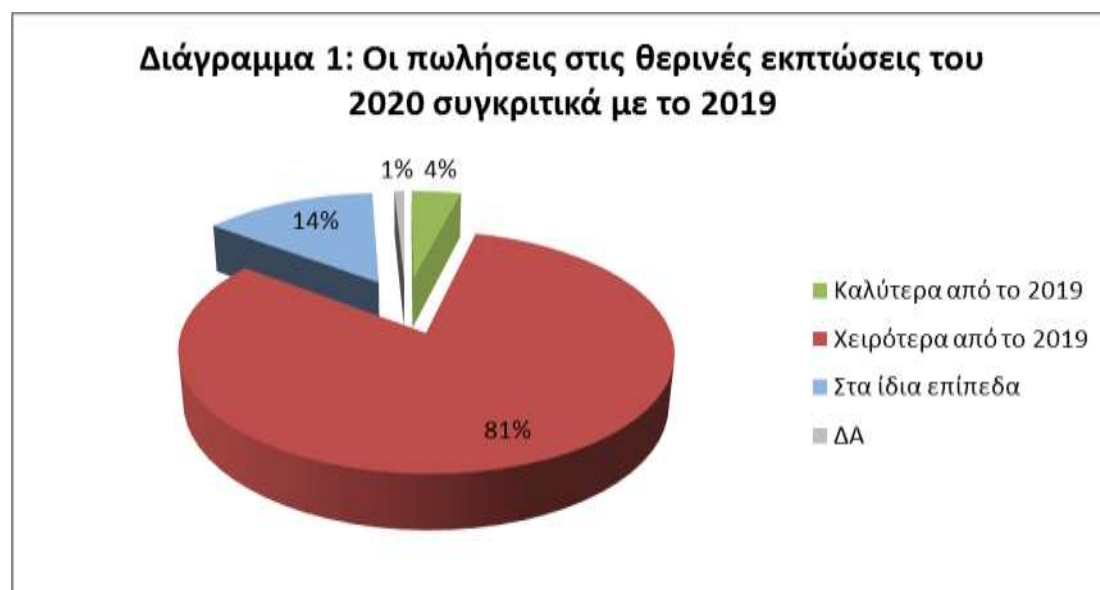
- Οκτώ στις δέκα επιχειρήσεις (81%) πραγματοποίησαν χαμηλότερες πωλήσεις κατά τη διάρκεια της θερινής εκπτώτικης περιόδου σε σχέση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Οι επιδόσεις μάλιστα των επιχειρήσεων ήταν χειρότερες συγκριτικά με το πρώτο δεκαπενθήμερο των θερινών εκπτώσεων τον Ιούλιο (Πίνακες 1 & 2 και Διαγράμματα 1 & 2).
- Οι μισές επιχειρήσεις (50%) εκτιμούν πως οι πωλήσεις τους υποχώρησαν σε ποσοστό μεγαλύτερο του 30% κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων. Αντίθετα, μόλις μία στις τέσσερις (26%) σημείωσε ηπιότερη πτώση πωλήσεων έως 20%. Οι επιδόσεις αυτές είναι σαφέστερα χειρότερα από τις αντίστοιχες περσινές (Πίνακας 3 και Διάγραμμα 3).

- Ως εκ τούτου, για την πλειονότητα των επιχειρήσεων (60%) η αγοραστική κίνηση είναι καλύτερη κατά το εκπτωτικό δεκαπενθήμερο του Ιουλίου, συμπεριφορά που επαναλαμβάνεται συστηματικά όλα τα προηγούμενα έτη (Πίνακας 4 και Διάγραμμα 4).
- Περίπου ένας στους δέκα (12%) επιχειρηματίες δήλωσε πως οι πωλήσεις τους ήταν εκείνες που ανέμεναν, αφού είχαν λάβει υπόψη τους την εκδήλωση και τον αντίκτυπο της πανδημίας. Αντίθετα, σχεδόν επτά στους δέκα (68%) επιχειρηματίες αιφνιδιάστηκαν από το μέγεθος των επιπτώσεων της πανδημίας και κατέγραψαν χαμηλότερες πωλήσεις από ότι εκτιμούσαν. Οι μικρές αποκλίσεις σε σχέση με το δεκαπενθήμερο των εκπτώσεων του Ιουλίου δείχνει πως οι ελπίδες του εμπορικού κόσμου για ηπιότερης έντασης αντίκτυπο δεν επιβεβαιώθηκαν (Πίνακας 5 και Διάγραμμα 5).
- Η αβεβαιότητα από την κρίση υγείας και η εφαρμογή των μέτρων ατομικής προστασίας επηρέασε αρνητικά και την επισκεψιμότητα στα καταστήματα, καθώς περισσότερες από οκτώ στις δέκα επιχειρήσεις (82%) κατέγραψαν συρρίκνωση της επισκεψιμότητας σε σχέση με το 2019 (Πίνακας 6 και Διάγραμμα 6).
- Το 85% των επιχειρήσεων θεωρεί πως η πανδημία του κορωνοϊού επηρέασε σημαντικά την ψυχολογία των καταναλωτών, χαρακτηρίζοντάς την περισσότερο συγκρατημένη σε σχέση με πέρυσι (Πίνακας 7, Διάγραμμα 7).
- Οι οκτώ στις δέκα επιχειρήσεις (79%) υποστήριξε πως η πανδημία έχει επηρεάσει από μεγάλο έως πολύ μεγάλο βαθμό τη λειτουργία τους, εκτίμηση η οποία, υπό τις παρούσες συνθήκες, δεν αποτελεί έκπληξη (Πίνακας 8 και Διάγραμμα 8).
- Οι απαντήσεις των επιχειρήσεων σχετικά με το κόστος προσαρμογής στο νέο πλαίσιο λειτουργίας που υπαγορεύει ο Covid-19 φαίνονται μοιρασμένες. Ειδικότερα, το 31% των επιχειρήσεων χαρακτηρίζει το κόστος από μεγάλο έως πολύ μεγάλο ενώ το 30% από μικρό έως πολύ μικρό. Ενδεχομένως, η διαφοροποίηση αυτή μπορεί να οφείλεται και στο μέγεθος των επιχειρήσεων ή/και στο είδος (Πίνακας 9 και Διάγραμμα 9).
- Οι μισές επιχειρήσεις (52%) θεωρούν πως η υποχρεωτική χρήση μάσκας στο χώρο του καταστήματος έχει επηρεάσει αρνητικά τη λειτουργία του καταστήματος και μόλις μία στις πέντε (19%) πως το έχει επηρεάσει θετικά (Πίνακας 10 και Διάγραμμα 10).

- Σχεδόν σε τρεις από τέσσερις επιχειρήσεις (73%) οι πελάτες χρησιμοποίησαν κυρίως κάρτες κατά τις συναλλαγές τους. Η εξοικείωση των πελατών με το πλαστικό χρήμα και τα μέσα ηλεκτρονικής πληρωμής, από την περίοδο επιβολής των “Capital Controls”, σίγουρα λειτούργησαν ευνοϊκά προς αυτήν την κατεύθυνση τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο, η υγειονομική κρίση και τα μέσα ατομικής προστασίας υπαγόρευαν τον ισχυρό περιορισμό της χρήσης μετρητών (μόνο στο 4% των επιχειρήσεων χρησιμοποιήθηκαν κυρίως μετρητά) (Πίνακας 11 και Διαγράμματα 11α και 11β).

**Η ταυτότητα της έρευνας:** Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε δείγμα 350 επιχειρήσεων που συμμετείχαν στις θερινές εκπτώσεις και δραστηριοποιούνταν στον οικιακό εξοπλισμό, στα ψυχαγωγικά/ επιμορφωτικά είδη και στην ένδυση/ υπόδηση. Το δείγμα καθορίστηκε βάσει στρωματοποιημένης δειγματοληψίας σύμφωνα με τη δραστηριότητα και τη γεωγραφική περιοχή της επιχείρησης. Στην έρευνα που συντόνισαν (1) στατιστικός και (1) κοινωνική ερευνήτρια, απασχολήθηκαν: 2 επόπτες και 8 ερευνητές. Μέγιστο στατιστικό σφάλμα  $\pm 5,2\%$ .

<b>Πίνακας 1: Πως κινήθηκαν οι πωλήσεις σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με το 2019;</b>		
	Θερινές Εκπτώσεις 2020	Πρώτο 15νθήμερο εκπτώσεων Ιουλίου 2020
<b>Υψηλότερες από το 2019</b>	4%	8%
<b>Χαμηλότερες από το 2019</b>	81%	68%
<b>Στα ίδια επίπεδα</b>	14%	23%
<b>ΔΑ</b>	1%	1%



<b>Πίνακας 2: Πωλήσεις σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο (%), Θερινές εκπτώσεις 2014 - 2020</b>							
	Θερινές 2014	Θερινές 2015	Θερινές 2016	Θερινές 2017	Θερινές 2018	Θερινές 2019	Θερινές 2020
<b>Καλύτερα</b>	13	5	14	6	11	12	4
<b>Στα ίδια επίπεδα</b>	32	13	33	28	27	35	14
<b>Χειρότερα</b>	54	80	53	65	60	52	81
<b>ΔΑ</b>	1	2	0	1	2	1	1

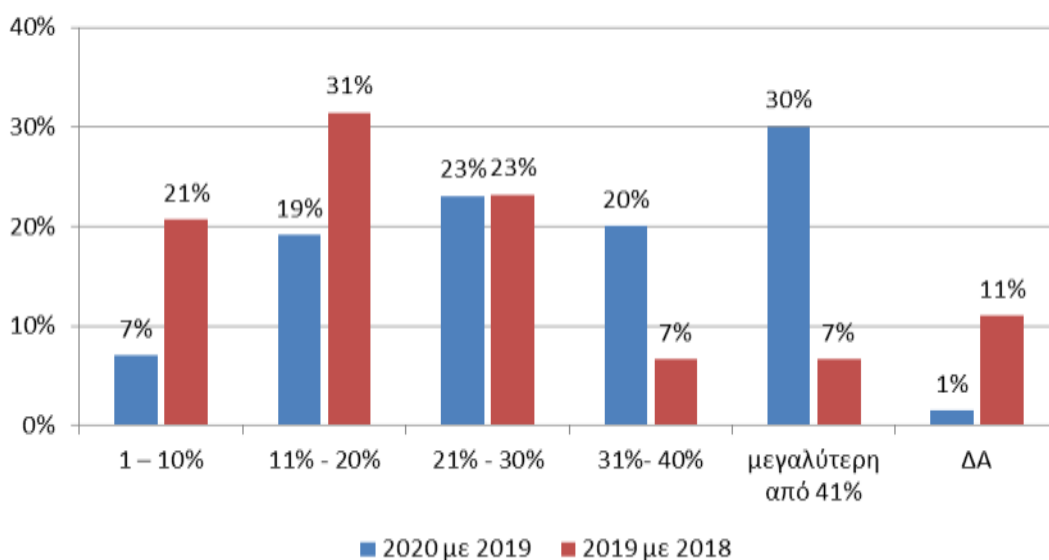
**Διάγραμμα 2: Πωλήσεις σε σύγκριση με την αντίστοιχη  
περισυνή περίοδο**



**Πίνακας 3: Ένταση (%) μείωσης των πωλήσεων (σύγκριση με την αντίστοιχη  
περίοδο του προηγούμενου έτους)**

	Θερινές 2020	Θερινές 2019
<b>1 – 10%</b>	7%	21%
<b>11% - 20%</b>	19%	31%
<b>21% - 30%</b>	23%	23%
<b>31%- 40%</b>	20%	7%
<b>μεγαλύτερη από 41%</b>	30%	7%
<b>ΔΑ</b>	1%	11%

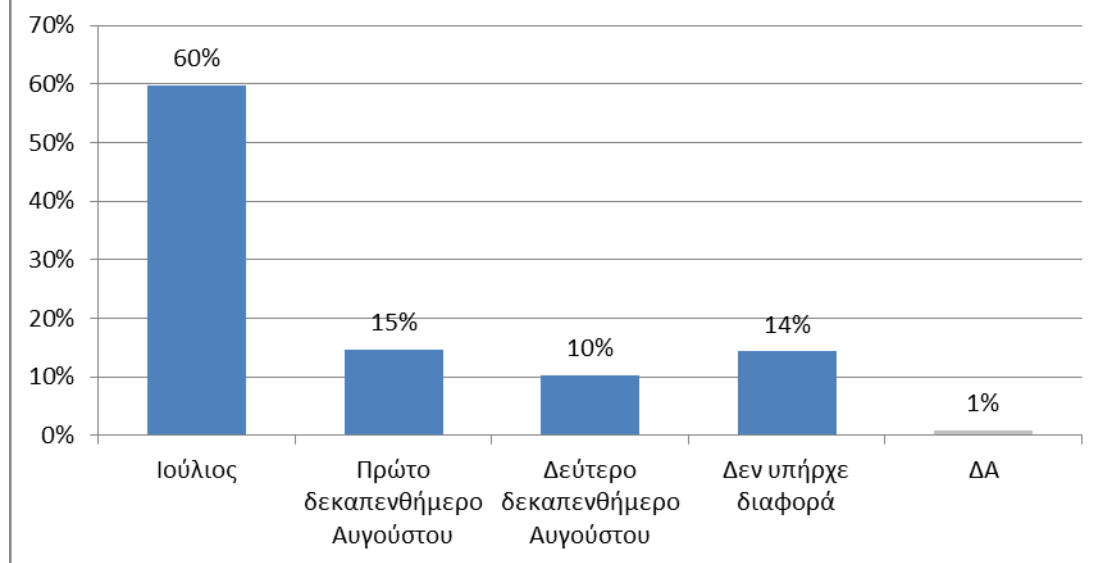
**Διάγραμμα 3: Ποσοστό μείωσης των πωλήσεων  
συγκριτικά με το προηγούμενο έτος**



**Πίνακας 4: Η καλύτερη περίοδος αγοραστικής κίνησης κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων**

Δεκαπενθήμερο Ιουλίου	60%
Πρώτο δεκαπενθήμερο Αυγούστου	15%
Δεύτερο δεκαπενθήμερο Αυγούστου	10%
Δεν υπήρχε διαφορά	14%
ΔΑ	1%

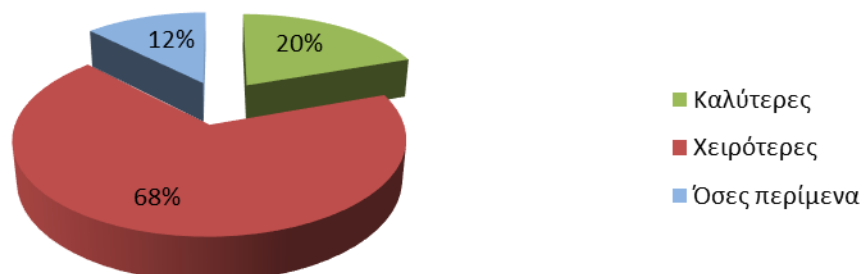
**Διάγραμμα 4: Καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης**



**Πίνακας 5: Σκεπτόμενοι τη συγκυρία της πανδημίας θεωρείτε ότι οι πωλήσεις της επιχείρησής σας στις θερινές εκπτώσεις είναι καλύτερες ή χειρότερες από εκείνες που αναμένατε;**

	Θερινή Εκπτωτική Περίοδος 2020	Πρώτο 15νθημερο Ιουλίου 2020
<b>Καλύτερες</b>	20%	19%
<b>Χειρότερες</b>	68%	58%
<b>Αναμενόμενες</b>	12%	22%
<b>ΔΑ</b>	0%	1%

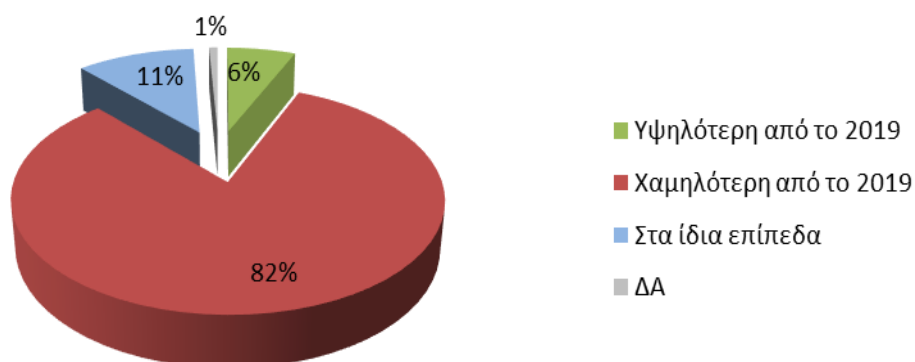
**Διάγραμμα 5: Σκεπτόμενοι τη συγκυρία της πανδημίας θεωρείτε ότι οι πωλήσεις της επιχείρησής σας στις θερινές εκπτώσεις είναι καλύτερες ή χειρότερες από εκείνες που αναμένατε;**



**Πίνακας 6: Θεωρείτε ότι η επισκεψιμότητα στο κατάστημά σας κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων είναι σε υψηλότερα ή χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με το 2019;**

	Θερινή Εκπτωτική Περίοδος 2020	Πρώτο 15νθημερο Ιουλίου 2020
<b>Υψηλότερη από το 2019</b>	6%	6%
<b>Χαμηλότερη από το 2019</b>	82%	74%
<b>Στα ίδια επίπεδα</b>	11%	20%
<b>ΔΑ</b>	1%	0%

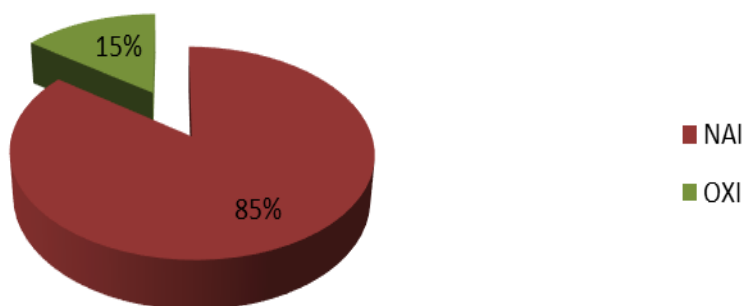
**Διάγραμμα 6: Η επισκεψιμότητα στο κατάστημά σας κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων είναι σε υψηλότερα ή χαμηλότερα επίπεδα σε σύγκριση με το 2019;**



**Πίνακας 7: Θεωρείτε ότι οι καταναλωτές είναι πιο συγκρατημένοι στις αγορές τους λόγω της πανδημίας κατά τη διάρκεια των φετινών θερινών εκπτώσεων;**

	Θερινή Εκπτωτική Περίοδος 2020	Πρώτο 15νθημερο Ιουλίου 2020
<b>ΝΑΙ</b>	85%	85%
<b>ΟΧΙ</b>	15%	15%

**Διάγραμμα 7: Θεωρείτε ότι οι καταναλωτές είναι πιο συγκρατημένοι στις αγορές τους λόγω της πανδημίας κατά τη διάρκεια των φετινών θερινών εκπτώσεων;**

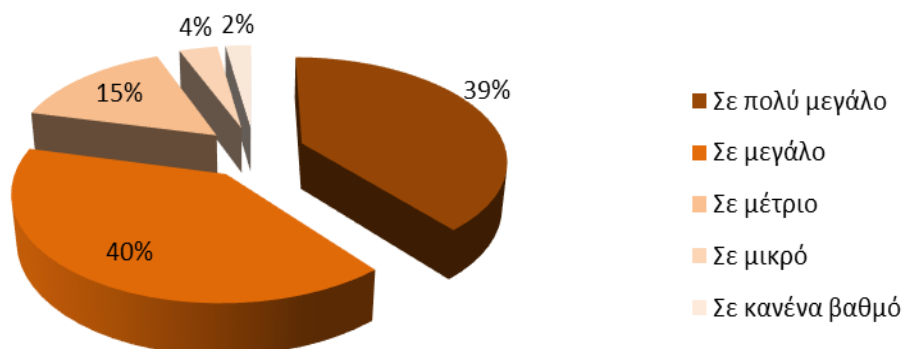


**Πίνακας 8: Κρίνοντας γενικά τη λειτουργία της επιχείρησης σε τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάστηκε έως τώρα από την πανδημία;**

	Θερινή Εκπτωτική Περίοδος 2020	Πρώτο 15νθημερο Ιουλίου 2020
<b>Σε πολύ μεγάλο</b>	39%	32%
<b>Σε μεγάλο</b>	40%	40%
<b>Σε μέτριο</b>	15%	22%
<b>Σε μικρό</b>	4%	4%
<b>Σε κανένα βαθμό</b>	2%	2%



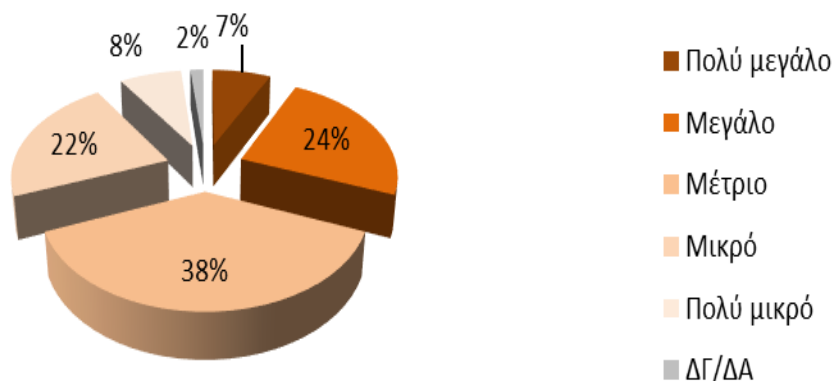
**Διάγραμμα 8: Κρίνοντας γενικά τη λειτουργία της επιχείρησής σε τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάστηκε έως τώρα από την πανδημία;**



**Πίνακας 9: Ποιο ήταν το κόστος προσαρμογής της επιχείρησής σας στο νέο πλαίσιο λειτουργίας λόγω Covid-19;**

	Θερινή Εκπαιδευτική Περίοδος 2020	Πρώτο 15νθημερο Ιουλίου 2020
<b>Πολύ μεγάλο</b>	7%	5%
<b>Μεγάλο</b>	24%	14%
<b>Μέτριο</b>	38%	38%
<b>Μικρό</b>	22%	28%
<b>Πολύ μικρό</b>	8%	14%
<b>ΔΓ/ΔΑ</b>	2%	1%

**Διάγραμμα 9: Ποιο ήταν το κόστος προσαρμογής της επιχείρησής σας στο νέο πλαίσιο λειτουργίας λόγω Covid-19**

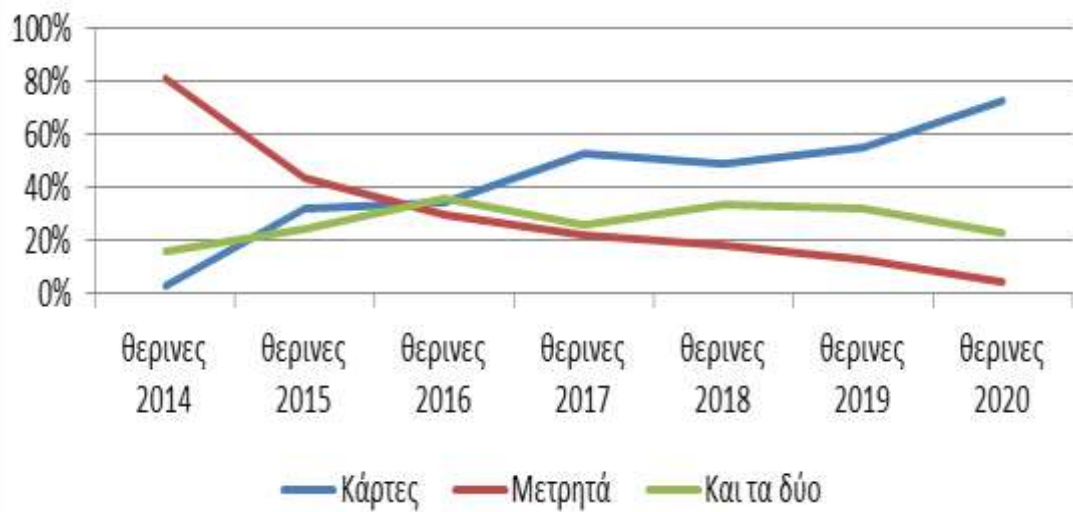


<b>Πίνακας 10: Πώς έχει επηρεάσει τη λειτουργία της επιχείρησής σας, η υποχρεωτική χρήση μάσκας στο χώρο του καταστήματος;</b>	
<b>Θετικά</b>	19%
<b>Αρνητικά</b>	52%
<b>Ούτε θετικά ούτε αρνητικά</b>	28%
<b>ΔΓ/ΔΑ</b>	1%



<b>Πίνακας 11: Αν οι πελάτες κατά την περίοδο των εκπτώσεων χρησιμοποίησαν κυρίως για τις αγορές τους κάρτες ή μετρητά</b>							
	Θερινές 2014	Θερινές 2015	Θερινές 2016	Θερινές 2017	Θερινές 2018	Θερινές 2019	Θερινές 2020
Κάρτες	3%	32%	34%	52%	49%	55%	73%
Μετρητά	81%	44%	30%	22%	18%	13%	4%
Και τα δύο	16%	24%	36%	26%	33%	32%	23%

**Διάγραμμα 11α: Ποσοστό χρήσης καρτών - μετρητών**



**Διάγραμμα 11β: Ποσοστό χρήσης καρτών - μετρητών**

