### [Η επίδραση της πανδημίας στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου.](https://apothetirio.lib.uoi.gr/xmlui/handle/123456789/13064)

Το εμπόριο αποτελεί “ζωντανό” κομμάτι του κοινωνικού ιστού, διαμορφώνεται και εξελίσσεται ανάλογα με τις υπάρχουσες συνθήκες και το περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσετε .

Φυσικό επακόλουθο της αλληλεξάρτησης εμπορίου και κοινωνικών εξελίξεων είναι η πανδημία του COVID-19 να επηρέασε και τις σχετικές συνθήκες. Ο περιορισμός των κοινωνικών επαφών, η αναστολή λειτουργίας πολλών καταστημάτων και επιχειρήσεων καθώς και ο κατ’ οίκον περιορισμός των καταναλωτών οδήγησαν σε μια νέα εποχή μεγάλων και πρωτόγνωρων αναταράξεων ,γεμίζοντας την αγορά με αβεβαιότητα.

Οι νέες συνθήκες συνεπάγονται μια νέα πραγματικότητα για το ρολό των φυσικών καταστημάτων στον κλάδο λιανικής, αλλά και ένα διαφορετικό μέλλον για τις επιχειρήσεις του λιανεμπορίου, καθώς επιτάχυναν την μαζική στροφή των καταναλωτών στο διαδίκτυο για την παραγγελία αγαθών .

Κατά συνέπεια, το ηλεκτρονικό εμπόριο γνώρισε άνθηση κατά τους μήνες από τον Μάρτιο 2020 έως και σήμερα. Παρατηρήθηκε αύξηση του μέσου όρου της ηλικίας των καταναλωτών, που στρέφονται στο ηλεκτρονικό εμπόριο, για να καλύψουν ανάγκες που μέχρι πρότινος αποτελούσαν «αποκλειστικότητα» των φυσικών καταστημάτων: προληπτικές αγορές για την υγεία, αγορές για το νοικοκυριό, αγορές των απαραιτήτων αλλά και δευτερεύουσας ανάγκης αγαθών.

Η ζήτηση για τη δημιουργία eShops από τις μικρές επιχείρησης ήταν πολύ μεγάλη ωστόσο οι επιχειρηματίες κινήθηκαν εσπευσμένα σε αυτή την λύση, χωρίς να έχουν τις απαιτούμενες γνώσεις του αντικείμενου αλλά και την οικονομική δυνατότητα . Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει προχωρήσει , οι καταναλωτές επισκέπτονται πολλά ηλεκτρονικά καταστήματα υψηλών προδιαγραφών και είναι πλέον πολύ απαιτητικοί. Για να πετύχει ένα e-Shop απαιτείται συνεχές development (ανάπτυξη), ώστε να βελτιώνεται διαρκώς, για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των

πελατών του. Έτσι γίνεται αντιληπτό ότι η δραστηριότητα στο ηλεκτρονικό επιχειρείν δεν είναι απλή υπόθεση καθώς για να γίνει σωστά απαιτεί συγκεκριμένες διαδικασίες, εξυπηρέτηση πελατών, ποιοτικές φωτογραφίες, μάρκετινγκ και διαφήμιση, συμμόρφωση με την εκάστοτε νομοθεσία και κατά συνέπια μεγάλο κόστος.

Ανεξάρτητα από την ψηφιοποίηση της τεχνολογίας , οι καταναλωτές πολλές φόρες προτιμούν τη δια ζώσης εμπειρία αγοροπωλησίας . Αυτό κυρίως οφείλεται στην δυνατότητα δόκιμης των προϊόντων και στην εμπιστοσύνη για τις υπηρεσίες που προσφέρουν τα Τοπικά καταστημένα. Για να μπορέσουν τα φυσικά καταστήματα να παραμείνουν ανταγωνιστικά στην περίοδο της ψηφιακής εποχής, θα πρέπει να αναδείξουν το συγκριτικό τους πλεονέκτημα, το οποίο δεν είναι άλλο από την ανθρωποκεντρική τους προσέγγιση. Ο σεβασμός στον καταναλωτή, η κάλυψη των αναγκών του μέσα από ολοκληρωμένες προτάσεις, οι συνεχώς αυξανόμενες εφαρμοσμένες τεχνολογίες που κάνουν την κάθε αγορά μία εμπειρία, ακόμα και η ευχαρίστηση που προσφέρει η στιγμιαία απόκτηση των προϊόντων μέσα από τα φυσικά καταστήματα, είναι σημαντικά για τον καταναλωτή.

**ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ 2021**

**1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ**

Ο Εμπορικός Σύλλογος Κομοτηνής διεξήγαγε έρευνα με σκοπό την αποτύπωση του **Οικονομικού Περιβάλλοντος** του έτους **2021** στην περιοχή δράσης του και την αποτίμηση του έτους που παρήλθε, επιδιώκοντας να καταγράψει τις οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων μελών του και τις εξελίξεις του περιβάλλοντος στο οποίο λειτουργεί το τοπικό εμπόριο και η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα.

Η έρευνα διεξήχθη με στρωματοποιημένη δειγματοληψία σε **εκατόν πενήντα**  ιδιοκτήτες καταστημάτων με δειγματοληπτικό πλαίσιο το μητρώο του Εμπορικού Συλλόγου Κομοτηνής, καλύπτοντας όλο το γεωγραφικό εύρος της πόλης της Κομοτηνής , μέσω επιτόπιας αλλά και τηλεφωνικής συνέντευξης, με την χρήση **δομημένου ερωτηματολογίου**.

Πραγματοποιήθηκε **γεωγραφική κατηγοριοποίηση** των επιχειρήσεων σε δύο (2) μεγάλες κατηγορίες ενώ προσδιορίστηκε και η επιμέρους **κλαδική υποκατηγοριοποίηση** ανάλογα με την επαγγελματική δραστηριότητα-ομοιογένεια των εγγεγραμμένων μελών του σωματείου, διαμορφώνοντας έτσι την κατηγορία των καταστημάτων της **Περιφέρειας** της Κομοτηνής με **16** κλάδους και την κατηγορία του **Κέντρου** με **14** επιμέρους κλάδους, ώστε να υπάρξει στρωματοποίηση του στατιστικού πληθυσμού και εν τέλει μία σαφής και ολοκληρωμένη εικόνα της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας του 2021.

Διευκρινίζεται ότι υπήρξαν δύο (2) ερωτηματολόγια ανάλογα με την γεωγραφική κατηγοριοποίηση με τρεις κοινές ερωτήσεις, ενώ μόνον στο ερωτηματολόγιο του Κέντρου οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε επιπλέον ερωτήσεις σχετικά με την εορταστική περίοδο και το μείγμα των πελατών τους.

**2. ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2021**

Στην κατηγορία της **επισκεψιμότητας** εξετάζουμε την κίνηση που υπήρξε σε μία καθορισμένη χρονική περίοδο σε σχέση με μία αντίστοιχη προηγούμενη, επιδιώκοντας ουσιαστικά να διερευνήσουμε **πόσοι καταναλωτές εισήλθαν εντός** των καταστημάτων, ανεξάρτητα εάν πραγματοποίησαν αγορές.

Στην σύγκριση λοιπόν της επισκεψιμότητας του Δεκεμβρίου 2021 με τον Δεκέμβριο του 2020, όπως την εξέλαβαν οι συμμετέχοντες επιχειρηματίες στην έρευνα, **το 39.38 %** δεν παρατήρησε **καμία μεταβολή** στο καταστήματα του, το **27,28 %** κατέγραψε **χειρότερη κίνηση** , ενώ για το **33,34%** του επιχειρηματικού κλάδου η κίνηση υπήρξε **καλύτερη** [βλ. πιν.1].

Από τις επιμέρους κατηγορίες προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών στην περιφέρεια κατέγραψε χειρότερη κίνηση από τον Δεκέμβριο του 2020 ενώ για τους καταστηματάρχες του Κέντρου προκύπτει ότι το μεγαλύτερο ποσοστό τους σημείωσε μεγαλύτερη κίνηση .

Έτσι η επισκεψιμότητα του Δεκεμβρίου 2021 σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2020 για τα καταστήματα του **Κέντρου** κινήθηκε καλύτερα για το **50,00%,** χειρότερα για **10,98%** και χωρίς μεταβολή για το **39,02%.** Στο σημείο αυτό σημειώνεται ότι το Δεκέμβριο του 2020 τα καταστήματα του Κέντρου λειτούργησαν με την μέθοδο Click Away ως μέτρο προστασία κατά της εξάπλωσης της πανδημίας .

Αντίστοιχα η επισκεψιμότητα του Δεκεμβρίου 2021 σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2020 για τα καταστήματα της **Περιφέρειας** κινήθηκε καλύτερα για το **16,67%,** χειρότερα για **43,59%** και χωρίς μεταβολή για το **39,74 %.**

EΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2021 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΜΕ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟ 2020

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Γεωγραφική κατηγοριοποίηση** | **Καλύτερα** | **Καμία μεταβολή** | **Χειρότερα** |
| **Α** | **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ** | **16,67%** | **39,74%** | **43,59%** |
| **Β** | **ΚΕΝΤΡΟ** | **50,00%** | **39,02%** | **10,98%** |
|  |  |  |  |  |
|  | **Σ Υ Ν Ο Λ Ι Κ Α** | **33,34%** | **39,38%** | **27,28%** |

**Πίνακας 1**

**3│ΤΖΙΡΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2021**

Ο τζίρος του Δεκεμβρίου 2021 συγκριτικά με τον Νοέμβριο του ίδιου έτους κινήθηκε καλύτερα για τις **5 στις δέκα** επιχειρήσεις (45,06%) με **μέση αύξηση** **22,59%** [βλ. πιν.3], **2 στις δέκα** επιχειρήσεις (24,42%)είδαν τον τζίρο του μήνα να μειώνεται με **μία μέση μείωση της τάξεως του 23,26%**, ενώ το **30.52%** των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν είχε καμία μεταβολή στο ύψος του τζίρου μεταξύ των δύο μηνών.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Τζίρος Δεκεμβρίου συγκριτικά με τον Νοέμβριο | | |  |  |
|  | **Γεωγραφική κατηγοριοποίηση** | **Καλύτερα** | **Καμία μεταβολή** | **Χειρότερα** |
| **Α** | **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ** | **35,90%** | **33,33%** | **30,77%** |
| **Β** | **ΚΕΝΤΡΟ** | **54,22%** | **27,71%** | **18,07%** |
|  |  |  |  |  |
|  | **Σ Υ Ν Ο Λ Ι Κ Α** | **45,06%** | **30,52%** | **24,42%** |

**Πίνακας 2**

Τα στοιχεία για **Περιφέρεια** καταδεικνύουν βελτίωση του τζίρου Δεκ-Νοεμβρίου 2021 για το **35.90%** των επιχειρήσεων με μέση αύξηση **28.05%,** καμία μεταβολή για το **33.33%** και επιδείνωση του τζίρου στο **30.77%** με μέση μείωση **26.77%.**

Για το **Κέντρο** ο τζίρος παρουσιάζεται βελτιωμένος στο **54.22%** των καταστημάτων με μέση αύξηση **17,12%,** καμία μεταβολή στο **27,71%** του δείγματος και χειρότερα στο **18.07%** με μέση μείωση **19.75%.** [βλ. πιν.3]

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ποσοστιαία μεταβολή του τζίρου του Δεκεμβρίου συγκριτικά με τον Νοέμβριο**: | | | | |
|  | **Γεωγραφική κατηγοριοποίηση** | **Καλύτερα μέση αύξηση %** | **Χειρότερα μέση μείωση %** |  |
| **Α** | **ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ** | **28,05%** | **26,77%** |  |
| **Β** | **ΚΕΝΤΡΟ** | **17,12%** | **19,75%** |  |
|  |  |  |  |  |
|  | **Σ Υ Ν Ο Λ Ι Κ Α** | **22,59%** | **23,26%** |  |

**Πίνακας 3**

**4│ΤΖΙΡΟΣ ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2021**

Παράλληλα με τις βασικές ερωτήσεις οι συμμετέχοντες στην έρευνα της κατηγορίας του Κέντρου, δηλαδή της παραδοσιακής αγοράς της Κομοτηνής, κλήθηκαν να δώσουν στοιχεία σχετικά με τον τζίρο της εορταστικής περιόδου του 2021.

Από τα ευρήματα της έρευνας προκύπτει ότι οι πωλήσεις του κέντρου κατά την περίοδο των εορτών του 2021 συγκριτικά με αυτές του 2020 διαφοροποιούνται στις τρεις κατηγορίες απαντήσεων με το μεγαλύτερο ποσοστό **37,41%** να δηλώνει αύξηση του τζίρου της εορταστικής περιόδου, το **25,91%** να μην παρατηρεί κάποια μεταβολή και το **36.68%** να καταγράφει μειωμένο τζίρο στην ίδια περίοδο [βλ. πιν.4].

Παραδοσιακά η εορταστική περίοδος είναι αυτή που τονώνει την αγοραστική δύναμη ωστόσο για το 2021, δε στάθηκε αντάξια των προσδοκιών των καταστηματαρχών . Η εξαγγελία νέων μέτρων για των περιορισμό της πανδημίας λίγο πριν την έναρξη της περιόδου και γενικά οι αναταράξεις που προηγήθηκα στην αγορά φαίνεται να έβαλαν φρένο στις πώλησης με τους επαγγελματίες να δηλώνουν δυσαρεστημένη και απογοητευμένοι όσο αφόρα της πώλησης τους για την εορταστική περίοδο .

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αύξηση **30-40%** | Αύξηση **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
| *21,70%* | *3,69%* | *4,05%* | *6,07%* | *1,90%* | *25,91%* | *11,55%* | *9,06%* | *3,93%* | *10,71%* | *1,43%* |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **37,41%** | | | | | **25,91%** | **36,68%** | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | **25,91%** | **36,68%** | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Πίνακας 4**

**Ποσοστιαία Μεταβολή Εορταστικού Τζίρου 2021**

**5 ΕΤΗΣΙΟΣ ΤΖΙΡΟΣ 2021**

**5α Ετήσιος Τζίρος 2021 συγκριτικά με 2020**

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα που εξάγονται από τις απαντήσεις της **κεντρικής ερώτησης της έρευνας** για τις ετήσιες οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων της Κομοτηνής καθώς δια μέσο της έρευνας ο Εμπορικός Σύλλογος θέλησε να συγκρίνει την ίδια περίοδο τόσο με την αντίστοιχη του **2021** όσο και με εκείνη του **2019** δηλαδή πριν από την εμφάνιση της πανδημίας.

Συγκεκριμένα αύξηση για το έτος 2021 συγκριτικά με το 2020 κατέγραψαν το **41,85%,** καμία μεταβολή παρατήρησε το **23,74%** ενώ μείωση είχε το **34,41%.**

Στα επιμέρους και την **Περιφέρεια**, το **29,50%** των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είδε τον τζίρο τους να αυξάνεται το 2021 σε σχέση με το 2020, το **28,21%** δήλωσε πως δεν είχε καμία μεταβολή στα ετήσια οικονομικά του αποτελέσματα και το **42,29%** είχε μειωμένο τζίρο συγκριτικά με το περασμένο έτος [βλ. πιν.5α].

Τα καταστήματα του **Κέντρου** φαίνεται πως πραγματοποίησαν καλύτερες επιδόσεις συγκριτικά με εκείνα της Περιφέρειας με το **54,21%** των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα να βλέπει τον τζίρο του να αυξάνεται το 2021 σε σχέση με το 2020, το **19,28%** δήλωσε πως δεν είχε καμία μεταβολή στα ετήσια οικονομικά του αποτελέσματα και το **26,51%** είχε μειωμένο τζίρο συγκριτικά με το περασμένο έτος [βλ. πιν.6].

Βέβαια η αύξηση του τζίρου για του καταστηματάρχες του Κέντρου ήταν αναμενόμενη καθώς για το έτος 2020 τα περιοριστικά μέτρα για την πανδημία δημιούργησαν μεγάλη ανάσταση στη αγορά και κατά συνέπια μεγάλη πτώση των πωλήσεων .

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | |  | |  | |  |  | |  |  | |  |
|  | **Γεωγραφική κατηγοριοποίηση** | Αύξηση **0-10%** | | | Αύξηση **10-20%** | | Αύξηση **20-30%** | | Αύξηση **30-40%** | | | Αύξηση **50%** & άνω | | | **Καμία Μεταβολή** | | | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
| **Α** | **ΠΕΡΙΦΡΕΙΕΑ** | **17,95%** | | | **5,13%** | | **6,41%** | | **0,00%** | | | **0,00%** | | | **28,21%** | | | **7,69%** | **15,38%** | **8,97%** | **7,69%** | **2,56%** |
| **Β** | **ΚΕΝΤΡΟ** | **19,28%** | | | **15,66%** | | **15,66%** | | **3,61%** | | | **0,00%** | | | **19,28%** | | | **4,82%** | **7,23%** | **8,43%** | **3,61%** | **2,42%** |
|  |  |  | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | |  |  |  |  |  |
|  | **Σ Υ Ν Ο Λ Ι Κ Α** | **18,61%** | | | **10,39%** | | **11,04%** | | **1,81%** | | | **0,00%** | | | **23,74%** | | | **6,26%** | **11,31%** | **8,70%** | **5,65%** | **2,49%** |
|  |  |  | | |  | |  | |  | | |  | | |  | | |  |  |  |  |  |
|  | **ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2021** *συγκριτικά με 2020***:** | **41,85%** | | | | | | | | | | | | | **23,74%** | | | **34,41%** | | | | |
|  |  |  | | | | | | | | | | | | |  | | |  | | | | |

**Πίνακας 5α**

**Ποσοστιαία Μεταβολή Ετησίου Τζίρου 2021 συγκριτικά με 2020**

**5β Ετήσιος Τζίρος 2021 συγκριτικά με 2019**

Συγκεκριμένα αύξηση για το έτος 2021 συγκριτικά με το 2019 κατέγραψαν το **23,02%** καμία μεταβολή παρατήρησε το **27,61%** ενώ μείωση είχε το **49,37%.**

Στα επιμέρους και την **Περιφέρεια**, το **24,35%** των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είδε τον τζίρο του να αυξάνεται το 2021 σε σχέση με το 2019, το **16,67%** δήλωσε πως δεν είχε καμία μεταβολή στα ετήσια οικονομικά του αποτελέσματα και το **58,98%** είχε μειωμένο τζίρο συγκριτικά με το 2019.

Για τα καταστήματα της περιφερείας φαίνεται ότι η συνθήκη της πανδημίας και οι αρνητικές συνέπειες της στη οικονομία δεν έδωσε περιθώρια στους επαγγελματίες να ανακάμψουν με αποτέλεσμα ένα πολύ μεγάλο ποσοστό να καταγράφει μείωση τζίρου συγκριτικά με το 2019.

Τα καταστήματα του **Κέντρου**  που συμμετείχαν στην έρευνα το **21,68%** βλέπει τον τζίρο του να αυξάνεται το 2021 σε σχέση με το 2019, το **38,55%** δήλωσε πως δεν είχε καμία μεταβολή στα ετήσια οικονομικά του αποτελέσματα και το **39,77%** είχε μειωμένο τζίρο συγκριτικά με το 2019.

Το αρνητικές συνέπιες της πανδημίας είναι εμφανείς και για τα καταστήματα του κέντρου καθώς ενώ σημείωσαν αύξηση συγκριτικά με το 2020 δεν μπόρεσαν να ξεπεράσουν τις πώλησης του 2019

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Γεωγραφική κατηγοριοποίηση** | Αύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αύξηση **30-40%** | Αύξηση **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
| **Α** | **ΠΕΡΙΦΡΕΙΕΑ** | **14,10%** | **8,97%** | **0,00%** | **0,00%** | **1,28%** | **16,67%** | **26,92%** | **11,54%** | **11,54%** | **5,13%** | **3,85%** |
| **Β** | **ΚΕΝΤΡΟ** | **13,25%** | **7,23%** | **1,20%** | **0,00%** | **0,00%** | **38,55%** | **13,25%** | **16,87%** | **4,82%** | **2,41%** | **2,41%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **Σ Υ Ν Ο Λ Ι Κ Α** | **13,67%** | **8,10%** | **1,20%** | **0,00%** | **1,28%** | **27,61%** | **20,08%** | **14,19%** | **14,20%** | **3,77%** | **6,3%** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | **ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2021** *συγκριτικά με 2019***:** | **23,02%** | | | | | **27,61%** | **49,37%** | | | | |
|  |  |  | | | | |  |  | | | | |

**Πίνακας 5β**

**Ποσοστιαία Μεταβολή Ετησίου Τζίρου 2021 συγκριτικά με 2019**

**Κλαδική κατηγοριοποίηση Κέντρου 2021 συγκριτικά 2020**

Στις κλαδικές υποκατηγορίες του κέντρου , **θετικά** **αποτελέσματα** στο σύνολο των απαντήσεωνπαρουσιάζουν τα καταστήματα με γυναίκεια και αντρικά ενδύματα **,** υποδήματα καθώς επίσης τα οπτικά και τα καλλυντικά – αξεσουάρ

**Καμία μεταβολή** στις ετήσιες επιδόσεις του 2021 συγκριτικά με το 2020 καταγράφονται στον κλάδο **Κοσμήματα-Χρυσός.**

Ο κλάδος που σημείωσε τη μεγαλύτερη πτώση είναι αυτός της εστίασης στο σύνολο των σχετικών επιχειρήσεων να καταγράφει σημαντική μείωση τζίρου για το 2020 .

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **α/α** | **Κλαδική κατηγοριοποίηση Κέντρου** | Αύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αύξηση **30-40%** | Αύξηση  **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
| **4.1** | **Κοσμήματα - Χρυσός** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **60,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.2** | **Καλλυντικά-Αξεσουάρ** | **16,67%** | **33,33%** | **16,67%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.3** | **Ηλεκτρικά είδη-νέα τεχνολογία** | **50,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.4** | **Βιβλιοχαρτοπωλεία-Αναλώσιμα** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** |
| **4.5** | **Παιχνίδια** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.6** | **Τρόφιμα-Ποτά** | **25,00%** | **12,50%** | **0,00%** | **12,50%** | **0,00%** | **37,50%** | **12,50%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.7α** | **Ανδρικά Ενδύματα** | **33,33%** | **0,00%** | **16,67%** | **16,67%** | **0,00%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.7β** | **Γυναικεία Ενδύματα** | **10,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **10,00%** | **10,00%** | **0,00%** | **30,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.8** | **Παιδικά είδη** | **0,00%** | **50,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **12,50%** | **37,50%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.9** | **Υποδήματα** | **20,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.10** | **Εσώρουχα** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **60,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.11** | **Λευκά είδη** | **20,00%** | **60,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.12** | **Οπτικά** | **28,57%** | **14,29%** | **57,14%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.13** | **Καφέ - Εστίαση** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **40,00%** | **40,00%** |

**Κλαδική κατηγοριοποίηση Περιφέρειας 2021 συγκριτικά 2020**

Στις κλαδικές υποκατηγορίες της περιφέρειας **αρνητικά αποτελέσματα** στο σύνολο των απαντήσεωνπαρουσιάζουν τα κρεοπωλεία – ιχθυοπωλεία ,τα ψιλικά –ζαχαρώδη και ο κλάδος του αυτοκίνητου.

**Καμία μεταβολή** στις ετήσιες επιδόσεις στο σύνολό το καταγράφονται στους κλάδους Έπιπλα – Κουζίνες στα αρτοποιεία και στα παντοπωλεία.

Στους κλάδους με **θετικά** αποτελέσματα ανήκουν τα ζαχαροπλαστεία και οι μεταφορέςμε το σύνολο των σχετικών επιχειρήσεων να καταγράφει αύξηση τζίρου για το 2021.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **α/α** | **Κλαδική κατηγοριοποίηση Περιφέρειας** | Αύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αύξηση **30-40%** | Αύξηση **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
|  | **3.1** | **Είδη Υγιεινής** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.2** | **Δομικά-Σιδηρικά-Χρώματα** | **33,33%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** |
|  | **3.3** | **Θέρμανση-Υδραυλικά** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.4** | **Αλουμίνια** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.5** | **Έπιπλα-Κουζίνες** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **75,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.6** | **Ξυλεία** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.7** | **Ιατρικά μηχανήματα** | **50,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.8** | **Μεταφορές** | **33,33%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.9** | **Αρτοποιεία** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **16,67%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** |
|  | **3.10** | **Ζαχαροπλαστεία** | **40,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.11** | **Κρέοπωλεία-Ιχθυοπωλεία** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **12,50%** | **0,00%** | **12,50%** | **37,50%** | **25,00%** | **12,50%** |
|  | **3.12α** | **Παντοπωλεία** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **66,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.12β** | **Φρούτα** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.13** | **Ψιλικά-Ζαχαρώδη** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **80,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.14** | **Κλάδος Αυτοκίνητου** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** |
|  | **3.15** | **Υγρά καύσιμα** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Κλαδική κατηγοριοποίηση Κέντρου 2021συγκριτικά 2019**

Στις κλαδικές υποκατηγορίες του κέντρου , **θετικά αποτελέσματα με αύξηση τζίρου για το 2021 συγκριτικά με το 2019 κατέγραψε κλάδος των τροφίμων .**

**Καμία μεταβολή** στις ετήσιες επιδόσεις του 2021 συγκριτικά με το 2019 καταγράφονται στους κλάδους **Κοσμήματα-Χρυσός , καλλυντικά αξεσουάρ ,ηλεκτρικά ειδή και γυναικά ενδύματα**

**Αρνητικά αποτελέσματα συγκριτικά με το 2019** στο σύνολο των απαντήσεωνπαρουσιάζουν τα καταστήματα ανδρικών ενδυμάτων , υποδημάτων και παιδικών ειδών

Ο κλάδος που σημείωσε τη μεγαλύτερη πτώση είναι αυτός της εστίασης, με το σύνολο των σχετικών επιχειρήσεων να καταγράφει σημαντική μείωση πάνω από 40% συγκριτικά με το 2019

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **α/α** | **Κλαδική κατηγοριοποίηση Κέντρου** | Αύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αηση **30-40%** | Αύξηση  **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
| **1** | **Κοσμήματα** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **60,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.2** | **Καλλυντικά-Αξεσουάρ** | **16,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.3** | **Ηλεκτρικά είδη-νέα τεχνολογία** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.4** | **Βιβλιοχαρτοπωλεία-Αναλώσιμα** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.5** | **Παιχνίδια** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.6** | **Τρόφιμα-Ποτά** | **37,50%** | **12,50%** | **12,50%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **12,50%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.7α** | **Ανδρικά Ενδύματα** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **33,33%** | **16,67%** | **50,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.7β** | **Γυναικεία Ενδύματα** | **0,00%** | **10,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.8** | **Παιδικά είδη** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **37,50%** | **25,00%** | **37,50%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.9** | **Υποδήματα** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **40,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.10** | **Εσώρουχα** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.11** | **Λευκά είδη** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.12** | **Οπτικά** | **0,00%** | **42,86%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **28,57%** | **0,00%** | **28,57%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
| **4.13** | **Καφέ - Εστίαση** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **40,00%** | **40,00%** |

**Κλαδική κατηγοριοποίηση Περιφέρειας 2021συγκριτικά 2019**

Στις κλαδικές υποκατηγορίες της περιφέρειας , **θετικά** **αποτελέσματα** στο σύνολο των απαντήσεωνπαρουσιάζουν οι μεταφορές και τα ιατρικά μηχανήματα

**Καμία μεταβολή** στις ετήσιες επιδόσεις του 2021 συγκριτικά με το 2019 καταγράφονται στους κλάδους **παντοπωλεία και αρτοποιεία**

Οι κλάδοι που σημείωσαν τη μεγαλύτερη πτώση είναι τα κρεοπωλεία –ιχθυοπωλεία ψιλικά και ο κλάδος αυτοκίνητου ,με το σύνολο των σχετικών επιχειρήσεων να καταγράφει σημαντική μείωση τζίρου για το 2021 συγκριτικά με το 2019 .

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | **Κλαδική κατηγοριοποίηση Περιφέρειας** | Αύξηση **0-10%** | Αύξηση **10-20%** | Αύξηση **20-30%** | Αύξηση **30-40%** | Αύξηση **50%** & άνω | **Καμία Μεταβολή** | Μείωση **0-10%** | Μείωση **10-20%** | Μείωση **20-30%** | Μείωση **30-40%** | Μείωση **50%** & άνω |
|  | **3.1** | **Είδη Υγιεινής** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.2** | **Δομικά-Σιδηρικά-Χρώματα** | **33,33%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** |
|  | **3.3** | **Θέρμανση-Υδραυλικά** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.4** | **Αλουμίνια** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.5** | **Έπιπλα-Κουζίνες** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **75,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.6** | **Ξυλεία** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.7** | **Ιατρικά μηχανήματα** | **50,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.8** | **Μεταφορές** | **33,33%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.9** | **Αρτοποιεία** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **50,00%** | **16,67%** | **16,67%** | **0,00%** | **16,67%** | **0,00%** |
|  | **3.10** | **Ζαχαροπλαστεία** | **40,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.11** | **Κρέοπωλεία-Ιχθυοπωλεία** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **12,50%** | **0,00%** | **12,50%** | **37,50%** | **25,00%** | **12,50%** |
|  | **3.12α** | **Παντοπωλεία** | **33,33%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **66,67%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.12β** | **Φρούτα** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.13** | **Ψιλικά-Ζαχαρώδη** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **80,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** |
|  | **3.14** | **Κλάδος Αυτοκίνητου** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **0,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **25,00%** | **0,00%** |
|  | **3.15** | **Υγρά καύσιμα** | **0,00%** | **0,00%** | **40,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **0,00%** | **0,00%** | **20,00%** | **20,00%** |

**6.ΜΕΙΓΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ – ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ 2021**

Στην ερώτηση σχετικά με το αν υπήρξε καταναλωτική κίνηση από τουρίστες Έλληνες και ξένους. Η πλειοψηφία έδωσε αρνητική απάντηση , καθώς η πανδημία εμπόδισε της μετακινήσεις κατά συνέπεια και την επισκεψιμότητα στη πόλη μας

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Κλαδική κατηγοριοποίηση Κέντρου** | **ΝΑΙ** | **ΌΧΙ** |
| **ΕΤΟΣ 2021** | **0,00%** | **100%** |
|  |  |  |

**7. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ e-shop ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ**

Στo πλαίσιο της ερώτησης εάν οι επιχειρηματίες τη Κομοτηνής διατηρούν ηλεκτρονικό κατάστημα , διαπιστώνεται ότι το ποσοστό των καταστημάτων που διαθέτουν eShops από το 33% που βρισκόταν το 2020 ανέβηκε στο 45% . Η αυξήσει συνδέεται με το επιδοτούμενο πρόγραμμα ΕΣΠΑ e-λιανικό που ανακοινώθηκε το 2021 και είχε στόχο στην επιχορήγηση ΜμΕ επιχειρήσεων του κλάδου του λιανεμπορίου για την ανάπτυξη/αναβάθμιση και διαχείριση ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) προκειμένου να στηριχθεί η λειτουργία τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΕΔΡΟΥ**

Η έλευση της πανδημίας του Covid-19 το Μάρτιο το 2020 και η επιβολή των περιοριστικών μέτρων που ακολούθησε, επέφερε ισχυρό πλήγμα στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας του Εμπορικοί Συλλόγου ο δείκτης ετήσιου κύκλου εργασιών για την πλειοψηφία **41,85%** των καταστημάτων του κέντρου της Κομοτηνής παρουσίασε αύξηση συγκριτικά με το 2020 . .Βέβαια το στοιχειό αυτό σε πρώτη ανάγνωση μπορεί να δείχνει ότι η αγορά βρίσκεται σε φάση επανεκκίνησης ωστόσο η σύγκριση των πωλήσεων σε σχέση με το 2019 δηλώνει ξεκάθαρα τα προβλήματα που δημιούργησε η πανδημία στο λιανεμπόριο καθώς το **49,37 %** των καταστηματαρχών της πόλης μας παρατήρησαν μείωση του τζίρου τους συγκριτικά με το 2019 .

Ο Κλάδος ένδυσης και υπόδησης ένας από τους μεγαλύτερους του λιανεμπορίου σημείωσε καλύτερη επίδοση σε σύγκριση με αυτή του 2020 αλλά σημαντικά χαμηλότερη από αυτή του 2019 .Οι περιορισμοί που τέθηκαν σε ισχύ εν μέσω ενδιάμεσων εκπτώσεων όπως η υποχρέωση επίδειξης πιστοποιητικού εμβολιασμού ή νόσησες αρνητικού τεστ για την είσοδο στα εμπορικά καταστήματα έiχε αρνητικές επιπτώσεις στον τζίρο ,καθώς παραδοσιακά το διάστημα αυτό τα καταστήματα πραγματοποιούν πάνω από το 30% των ετησίων πωλήσεών τους.

Ένας από τους ελάχιστους τομείς οικονομικής δραστηριότητας οπού η πανδημία είχε θετικό αντίκτυπο στις πώλησης των επιχειρήσεων του κλάδου είναι τα καταστήματα τροφίμων (supermarkets) καθώς καταγράφου αύξηση τζίρου σε σχέση με το 2019 πάνω από 20% .

Η συνθήκη της πανδημίας και οι αρνητικές συνέπειες της στη οικονομία επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό τα καταστήματα της περιφέρειας καθώς το **49,37%** στο σύνολο των κλάδων που απαρτίζουν την περιφέρεια κατέγραψε μείωση τζίρου συγκριτικά με το 2019.

Στις κλαδικές υποκατηγορίες αρνητικά αποτελέσματα σε σχέση με το 2019 σημείωσαν τα κρεοπωλεία – ιχθυοπωλεία . Η μείωση των πωλήσεων σύμφωνα με του καταστηματάρχες είναι συνυφασμένη με το μεγάλο

πρόβλημα που αντιμετωπίζει η εστίαση καθώς η δραστηριότητα περιορίζετε στη λιανική πώληση με τη μειωσίμου τζίρου να κυμαίνεται μεταξύ 20%και 30%.

Ανάλογη εικόνα καταγράφεται και στο κλάδο των ψιλικών .Τα περιπτερά έχουν υποστεί μεγάλο πλήγμα λόγο της πανδημίας και μάλιστα είναι σημαντικότερο από αυτό που φαίνατε καθώς υπάρχει ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων οι ποιες παρότι εμφανίζουν τζίρο με μείωση μικρότερη του 20% αυτός οφείλεται ως επί το πλείστον σε μη κερδοφόρα προϊόντα, όπως τσιγάρα και κάρτες κάτι που σημαίνει ότι τα κέρδη τους έχουν μειωθεί σημαντικά (άνω του 20%-30%).

Τα αρτοποιεία ένας από τους σημαντικότερους κλάδους καθώς αφόρα ειδή διατροφή που βρίσκοντας στο καθημερινό πρόγραμμα του καταναλωτή παρουσιάζουν μείωση συγκριτικά με το 2020 και καμιά μεταβολή με το 2019 .Επίσης οι καταστηματάρχες του κλάδου δηλώνουν δυσαρεστημένοι και απογοητευμένοι σχετικά με τη κίνηση της εορταστικής περιόδου .

Τέλος από την έρευνα διαπιστώνεται η αύξηση λειτουργίας των ηλεκτρονικών καταστημάτων σε τοπικό επίπεδο, καθώς το ποσοστό των καταστημάτων που διαθέτουν e-shop στη πόλη μας έχει φτάσει το 45% έναντι του 33% που βρισκόταν 2020 . Οι επιχειρήσεις στραφήκαν στη λύση του ηλεκτρονικού εμπορίου για να μπορέσουν να επιβιώσουν και να ανταπεξέλθουν στις νέες ανάγκες που δημιουργούσαν τα περιοριστικά μέτρα κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Επίσης το επιδοτούμενο πρόγραμμα ΕΣΠΑ e-λιανικό που ανακοινώθηκε το 2021 συντέλεσε στην αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων του διαθέτουν e-shop και σε τοπικό επίπεδο.

Η αποτύπωση του Οικονομικού Περιβάλλοντος της Κομοτηνής είναι μία ενέργεια η οποία μας δίνει την δυνατότητα και εξυπηρετεί στην καλύτερη αξιολόγηση των στοιχείων και μεταβολών που υπάρχουν κάθε χρόνο στις επιχειρήσεις της Πόλης μας. Ο Εμπορικός Σύλλογος Κομοτηνής ευχαριστεί τους καταστηματάρχες που συμμετείχαν στην παραπάνω έρευνα ,συμβάλλοντας στην πραγματοποίηση και παρουσίαση του παραπάνω εγχειρήματος.