

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ

### Αποτύπωση οικονομικού περιβάλλοντος 2016

[ έκδοση Φεβρουαρίου 2017 ]

Ο Εμπορικός Σύλλογος Αλεξανδρούπολης, για μία ακόμη χρονιά, διεξήγαγε έρευνα για την ευρύτερη αποτύπωση του οικονομικού περιβάλλοντος του έτους 2016 στην περιοχή δράσης του και την αποτίμηση του έτους που παρήλθε, επιδιώκοντας ταυτόχρονα να καταγράψει τις τάσεις που εμφανίζει η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Αλεξανδρούπολη.

Όσον αφορά την ταυτότητα της έρευνας, η έρευνα διεξήχθη με *στρωματοποιημένη δειγματοληψία* σε **δείγμα εκατόν εβδομήντα (170)** ιδιοκτητών καταστημάτων με δειγματοληπτικό πλαίσιο το μητρώο του Εμπορικού Συλλόγου Αλεξανδρούπολης, καλύπτοντας όλο το γεωγραφικό εύρος της Αλεξανδρούπολης, μέσω τηλεφωνικής συνέντευξης, με την χρήση **δομημένου ερωτηματολογίου**, και χρόνο διεξαγωγής από **03 έως 13 Ιανουαρίου 2017**.

Για μία ακόμη χρονιά, πραγματοποιήθηκε **γεωγραφική κατηγοριοποίηση** των εμπορικών επιχειρήσεων σε δύο (2) μεγάλες κατηγορίες ενώ προσδιορίστηκε και η επιμέρους **κλαδική υποκατηγοριοποίηση** ανάλογα με την επαγγελματική δραστηριότητα-ομοιογένεια των εγγεγραμμένων μελών του σωματίου, διαμορφώνοντας έτσι την κατηγορία των καταστημάτων της **Περιφέρειας** της Αλεξανδρούπολης 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 2016.

Διευκρινίζεται ότι υπήρξαν δύο (2) ερωτηματολόγια ανάλογα με την γεωγραφική κατηγοριοποίηση με τέσσερις κοινές ερωτήσεις, ενώ μόνον στο ερωτηματολόγιο του Κέντρου οι συμμετέχοντες -απάντησαν πέραν των τεσσάρων- και σε εξειδικευμένες ερωτήσεις σχετικά με την εορταστική περίοδο και το μείγμα των πελατών τους.

#### • **Επισκεψιμότητα Δεκεμβρίου 2016 συγκριτικά με Δεκέμβριο 2015**

Κατόπιν λοιπόν της ανάδειξης των συγκεντρωτικών στοιχείων προκύπτει ότι στο σύνολο των καταστημάτων της ευρύτερης περιοχής της Αλεξανδρούπολης η επισκεψιμότητα τον Δεκέμβριο του 2016 συγκριτικά με τον Δεκέμβριο του 2015 [βλ. πιν.1] κινήθηκε **πτωτικά για**

περισσότερους από 5 στους 10 (55,29%) ερωτηθέντες, σχεδόν 3 στους 10 (27,57%) κατέγραψαν παρόμοια κίνηση με αυτήν του Δεκεμβρίου του 2015, ενώ μόλις το 17,14% δηλώνει ότι κινήθηκε καλύτερα.

Εντυπωσιακά βέβαια είναι τα αποτελέσματα στις επιμέρους κατηγορίες καθώς οι απαντήσεις των καταστηματάρχων του Κέντρου διαφοροποιούνται κατά πολύ από αυτές των επιχειρηματιών που δραστηριοποιούνται περιφερειακά του κέντρου. Έτσι λοιπόν η επισκεψιμότητα του περασμένου Δεκεμβρίου σε σχέση με τον ίδιο μήνα του 2015 για τα καταστήματα του Κέντρου κινήθηκε χειρότερα για τα οκτώ από τα δέκα καταστήματα (78,57%), και καμία μεταβολή για το 17,14%, ενώ για τους επιχειρηματίες τις περιφέρειας οι απαντήσεις είναι σχεδόν μοιρασμένες με 4 στους 10 (38%) να δηλώνουν καμία μεταβολή, τρεις (30%) καλύτερα και τρεις στους δέκα (32%) χειρότερα.

**ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ**  
Επισκεψιμότητα Δεκεμβρίου 2016 συγκριτικά με Δεκέμβριο 2015

	Γεωγραφική κατηγοριοποίηση	Καλύτερα	Καμία μεταβολή	Χειρότερα
A	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	30,00%	38,00%	32,00%
B	ΚΕΝΤΡΟ	4,29%	17,14%	78,57%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>		<b>17,14%</b>	<b>27,57%</b>	<b>55,29%</b>

Πίνακας 1

• **Τζίρος Δεκεμβρίου συγκριτικά με τον Νοέμβριο**

Ο τζίρος του Δεκεμβρίου 2016 συγκριτικά με τον Νοέμβριο του ίδιου έτους [βλ. πιν.2] κινήθηκε καλύτερα για τις 4 από τις δέκα επιχειρήσεις (42,86%) με μέση αύξηση 15,76%, το 28,43% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι είδε τον τζίρο του να μειώνεται με μία μέση μείωση της τάξεως του 18,51%, ενώ το 28,71% των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν είχε καμία μεταβολή τζίρου μεταξύ των δύο μηνών.

**ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ**  
Τζίρος Δεκεμβρίου συγκριτικά με τον Νοέμβριο

	Γεωγραφική κατηγοριοποίηση	Καλύτερα	Καμία μεταβολή	Χειρότερα
A	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	30,00%	46,00%	24,00%
B	ΚΕΝΤΡΟ	55,71%	11,43%	32,86%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>		<b>42,86%</b>	<b>28,71%</b>	<b>28,43%</b>

Πίνακας 2

Τα στοιχεία για την Περιφέρεια καταδεικνύουν βελτίωση του τζίρου Δεκ-Νοε 2016 σε ποσοστό 30,00% με μέση αύξηση +12,83%, καμία μεταβολή 46,00% και επιδείνωση του τζίρου στο 24,00% με μέση μείωση -23,69%, ενώ για το Κέντρο ο τζίρος παρουσιάζεται βελτιωμένος στο **55,71% με μέση αύξηση +18,69%**, καμία μεταβολή στο 11,43% του δείγματος και χειρότερα στο 32,86% με μέση μείωση -13,33%. [βλ. πιν.3]

#### ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ

Ποσοστιαία μεταβολή του τζίρου του Δεκεμβρίου συγκριτικά με τον Νοέμβριο:

	Γεωγραφική κατηγοριοποίηση	Καλύτερα μέση αύξηση %	Χειρότερα μέση μείωση %
A	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	12,83	23,69
B	ΚΕΝΤΡΟ	18,69	13,33

<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>		<b>15,76</b>	<b>18,51</b>
-----------------	--	--------------	--------------

Πίνακας 3

Αξίζει πάντως να σημειωθεί ότι οι εκτιμήσεις για τον Δεκέμβριο συγκριτικά με τον Νοέμβριο έκαναν λόγο για κατάρρευση του τζίρου, κάτι που δεν επιβεβαιώνεται τελικά από τα εξαγόμενα στοιχεία της έρευνας.

#### • Ετήσιος τζίρος έτους 2016, συγκριτικά με 2015

Αναφορικά με τον ετήσιο τζίρο των καταστημάτων της Αλεξανδρούπολης συγκριτικά με εκείνον του 2015 προκύπτει ότι για μία ακόμη χρονιά ο **ετήσιος τζίρος κινείται πτωτικά για το συντριπτικό ποσοστό των επιχειρήσεων καθώς περισσότερες από 7 στις 10 (70,71%) δηλώνουν μείωση. Καμία Μεταβολή δηλώνει το 10,86%** των συμμετεχόντων στην έρευνα, ενώ σχεδόν **2 στους 10 (18,43%)** δηλώνει ότι το 2016 είδε **αύξηση των μεικτών οικονομικών του αποτελεσμάτων** [βλ. πιν.4].

Στην Περιφέρεια, το 70,00% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είδε τον τζίρο του να μειώνεται, μόλις το 6,00% δηλώνει ότι δεν παρουσίασε καμία μεταβολή, ενώ ένα 24,00% είχε θετικό πρόσημο σε σχέση με τον τζίρο του 2015. Αντίστοιχα στην κατηγορία του Κέντρου, το 71,43% είχε μείωση ετήσιου τζίρου, το 15,71% παρέμεινε στα επίπεδα του 2015 και ένα 12,86% είδε τα μεικτά οικονομικά του αποτελέσματα να βελτιώνονται το 2016.

#### ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ

ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2016, συγκριτικά με 2015

	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
A	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	18,00%	4,00%	2,00%			6,00%	36,00%	16,00%	8,00%	6,00%	4,00%
B	ΚΕΝΤΡΟ	8,57%	4,29%				15,71%	35,71%	12,86%	14,29%	5,71%	2,86%

<b>ΣΥΝΟΛΙΚΑ</b>		<b>13,29%</b>	<b>4,14%</b>	<b>1,00%</b>			<b>10,86%</b>	<b>35,86%</b>	<b>14,43%</b>	<b>11,14%</b>	<b>5,86%</b>	<b>3,43%</b>
-----------------	--	---------------	--------------	--------------	--	--	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------

ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2016, συγκριτικά με 2015 :

	<b>18,43%</b>	<b>10,86%</b>	<b>70,71%</b>
--	---------------	---------------	---------------

ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2014, συγκριτικά με 2013 :

	<b>12,20%</b>	<b>22,75%</b>	<b>65,04%</b>
--	---------------	---------------	---------------

ΕΤΗΣΙΟΣ τζίρος 2013, συγκριτικά με 2012 :

	<b>17,53%</b>	<b>19,48%</b>	<b>62,99%</b>
--	---------------	---------------	---------------

Στις κλαδικές υποκατηγορίες, **δραματική μείωση** του ετήσιου τζίρου εμφανίζουν τα καταστήματα **Ηλεκτρικών ειδών, Λευκών ειδών, Ειδών Υγιεινής, Ξυλείας, Ιατρικών μηχανημάτων, Μεταφορών, Φρούτων, Ψιλικών και Υγρών καυσίμων.**

**Ελάχιστες εξαιρέσεις** στην γενική εικόνα του ετήσιου τζίρου του 2016 αποτελούν τα **Αρτοποιεία, τα Ζαχαροπλαστεία, ο κλάδος της Θέρμανσης** ενώ **μόνο τα καταστήματα Οπτικών δεν παρουσιάζουν μείωση** με 1 στα 3 ιδιοκτήτες οπτικών να δηλώνει αύξηση ετήσιων αποτελεσμάτων 10-20% και 2 στους τρεις να κινούνται στα ίδια επίπεδα με το 2015.

#### • Προβλήματα - προτεραιότητες των εμπορικών επιχειρήσεων εντός του 2017

Για ακόμη μία χρονιά ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να προσδιορίσουν κατά σειρά σημαντικότητας τα προβλήματα που θα κληθούν να αντιμετωπίσουν κατά το 2017 [βλ. πιν.5]. Ως το σημαντικότερο ζήτημα μίας επιχείρησης για το τρέχον έτος επιλέγεται η **φορολογία** ενώ ως δεύτερο το θέμα του **ΟΑΕΕ και των ασφαλιστικών εισφορών**, για το οποίο μάλιστα υπάρχει μεγάλη ανησυχία, σύμφωνα με τα ποιοτικά στοιχεία που έχουν συλλεχθεί.

Ακολουθεί η **ρευστότητα** και η αδυναμία πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα ενώ ως τέταρτο ζήτημα καταγράφεται το **παρεμπόριο** και η παραοικονομία ανακάμπτοντας ως προτεραιότητα σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές.

Ακολουθούν η αναζήτηση επιδότησης μέσω **επενδυτικών προγραμμάτων** στην νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020 που ουσιαστικά ξεκινά το 2017, το ζήτημα των **εμπορικών μισθώσεων** σταθερά στην 6<sup>η</sup> θέση ενώ τελευταία προτεραιότητα-ζήτημα σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες είναι ο **Τειρεσία** και η μεταχρονολογημένες επιταγές.

ΣΥΝΟΛΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ

Προβλήματα - προτεραιότητες λειτουργία των εμπορικών επιχειρήσεων εντός του 2017

	Γεωγραφική κατηγοριοποίηση	Χρηματοδότηση-Ρευστότητα	Φορολογία	Ασφαλιστικό-ΟΑΕΕ	Αναζήτηση επτ.προγραμμ.	Παρεμπόριο	Εμπορικές Μισθώσεις	«Τειρεσίας»
A	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	14,89%	15,46%	14,94%	13,62%	14,43%	13,53%	13,14%
B	ΚΕΝΤΡΟ	13,59%	14,22%	13,90%	13,02%	13,01%	12,59%	12,52%
	ΣΥΝΟΛΙΚΑ	14,24%	14,84%	14,42%	13,32%	13,72%	13,06%	12,83%
		3ο	1ο	2ο	5ο	4ο	6ο	7ο

Πίνακας 5

#### • Τζίρος εορταστικής περιόδου 2016 συγκριτικά με αντίστοιχη περίοδο 2015

Παράλληλα με τις βασικές ερωτήσεις οι συμμετέχοντες στην έρευνα της κατηγορίας του Κέντρου, δηλαδή της παραδοσιακής αγοράς της Αλεξανδρούπολης, κλήθηκαν να δώσουν στοιχεία σχετικά με τον τζίρο της εορταστικής περιόδου του 2016, καθώς και στοιχεία σχετικά με τις πιθανές πωλήσεις σε αλλοδαπούς καταναλωτές, ώστε να αποτυπωθεί (ελεγχθεί) σε

αριθμούς η εικόνα που παρουσιάζει το εμπορικό κέντρο και να προσδιοριστεί το οικονομικό αποτύπωμα της παρουσίας των τουριστών στην περιοχή για μία ακόμη χρονιά.

Από τα ευρήματα της έρευνας προκύπτει ότι **οι πωλήσεις του κέντρου κατά την περίοδο των εορτών του 2016** συγκριτικά με αυτές του 2015 **κινήθηκαν πτωτικά για σχεδόν 8 στις 10 επιχειρήσεις (78,49%)**, 17,14% δεν παρουσίασε κάποια μεταβολή σε σχέση με το προηγούμενο έτος για το ίδιο χρονικό διάστημα, ενώ μόνον για τις πωλήσεις του 4,29% οι γιορτές λειτούργησαν ευεργετικά [βλ. πιν.6].

ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - Κ Ε Ν Τ Ρ Ο  
Τζίρος εορταστικής περιόδου 2016 συγκριτικά με αντίστοιχη 2015

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
4,29%	-	-	-	-	17,14%	30,00%	21,34%	20,00%	4,29%	2,86%
4,29%					17,14%	78,49%				

\* στρογγυλοποίηση 2 δεκαδικών ψηφίων

Πίνακας 6

Συγκρίνοντας δε τα στοιχεία της παρούσας έρευνας με τις αντίστοιχες προηγούμενων ετών, παρατηρούμε ότι εκμηδενίζονται οι **επιχειρήσεις που δήλωναν αύξηση τζίρου** τις περιόδους των εορτών και μειώνονται αυτές που παρέμεναν χωρίς μεταβολή τζίρου χρόνο με το χρόνο για την εν λόγω περίοδο. [βλ. πιν.7]

ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - Κ Ε Ν Τ Ρ Ο  
Συγκριτική αποτύπωση Τζίρου εορταστικών περιόδων

Τζίρος εορταστικής περιόδου	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
2013 προς 2012	7,79%	5,19%	3,90%	2,60%	1,30%	32,47%	10,39%	16,88%	11,69%	6,49%	1,30%
2014 προς 2013	9,84%	-	3,28%	-	-	21,31%	50,82%	1,64%	3,28%	3,28%	6,56%
2016 προς 2015	4,29%	-	-	-	-	17,14%	30,00%	21,34%	20,00%	4,29%	2,86%
2013 προς 2012	20,78%					32,47%	46,75%				
2014 προς 2013	13,12%					21,31%	65,58%				
2016 προς 2015	4,29%					17,14%	78,49%				

\* στρογγυλοποίηση 2 δεκαδικών ψηφίων

Πίνακας 7

• Διερεύνηση συνεισφοράς ξένων Τουριστών σε Ετήσιο Τζίρο 2016

Το 2016, επτά (7) στους δέκα (10) επιχειρηματίας (68,24%) πραγματοποίησαν πωλήσεις σε ξένους τουρίστες με το **μέσο ποσοστό συμμετοχής των αλλοδαπών καταναλωτών στους ετήσιους τζίρους** των πρώτων να εμφανίζεται ως το πλέον ενισχυμένο της τελευταίας πενταετίας και να ανέρχεται σχεδόν στο **8,00%**.







μέσο ποσοστό: **7,98** % τοις εκατό

Στα επιμέρους στοιχεία, πρωταθλήτρια κατηγορία είναι αυτή της **Εστίασης-Καφέ** με τις πωλήσεις στους τουρίστες να καταλαμβάνουν το **17,55% του ετήσιου τζίρου**, ενώ ιδιαίτερα ωφελημένοι από την παρουσία των τουριστών-καταναλωτών εμφανίζονται και οι ιδιοκτήτες καταστημάτων πώλησης **Παιχνιδιών** καθώς και οι επιχειρήσεις εμπορίας **Οπτικών** όπου η συνεισφορά των τουριστών στις ετήσιες πωλήσεις τους φτάνει το **12,50% και 11,67%** αντίστοιχα. Σημαντικά ποσοστά συμμετοχής καταγράφονται και στα καταστήματα πώλησης Ανδρικών Ενδυμάτων (10,40%) και Ηλεκτρικών ειδών και νέας τεχνολογίας (10,00%). [βλ. Παράρτημα πιν. π-14]

Αναφορικά με το **μείγμα των ξένων τουριστών-καταναλωτών**, προκύπτουν διαφοροποιήσεις, χωρίς βέβαια να αλλάζουν οι βασικές εθνικές ομάδες κατανάλωσης.

ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - Κ Ε Ν Τ Ρ Ο

Πρόελευση αλλοδαπών καταναλωτών

	 Τουρκία	 Βουλγαρία	 Ρουμανία	 Ρωσία	 Σερβία	 Γαλλία
2016	51,30%	29,57%	8,70%	6,09%	2,61%	1,74%
2014	42,86%	27,14%	2,86%	18,57%	1,43%	1,43%
2013	41,61%	29,20%	3,65%	23,36%	—	—

Πίνακας 8

Την **μερίδα του λέοντος** των αλλοδαπών καταναλωτών καταλαμβάνουν για μία ακόμη χρονία οι **Τούρκοι επισκέπτες** με ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό από αυτό των προηγούμενων ετών που φτάνει το **51,30%**. [βλ. πιν.8]

Σχετικά σταθερό εμφανίζεται το ποσοστό των **Βούλγαρων τουριστών** που καταναλώνουν με το ποσοστό τους στο μείγμα τουριστών-καταναλωτών της Αλεξανδρούπολης να ανέρχεται στο **29,57%**. [βλ. πιν.10].

Στην τρίτη θέση, ιδιαίτερα ενισχυμένοι (ως καταναλωτές), εμφανίζονται οι **Ρουμάνοι** τουρίστες με ποσοστό **8,70%** επί του συνόλου, υπερδιπλάσιο από αυτό που κατέγραψε η αντίστοιχη έρευνα το 2013 (3,65%) και σχεδόν τριπλάσιο του ποσοστού του 2014.

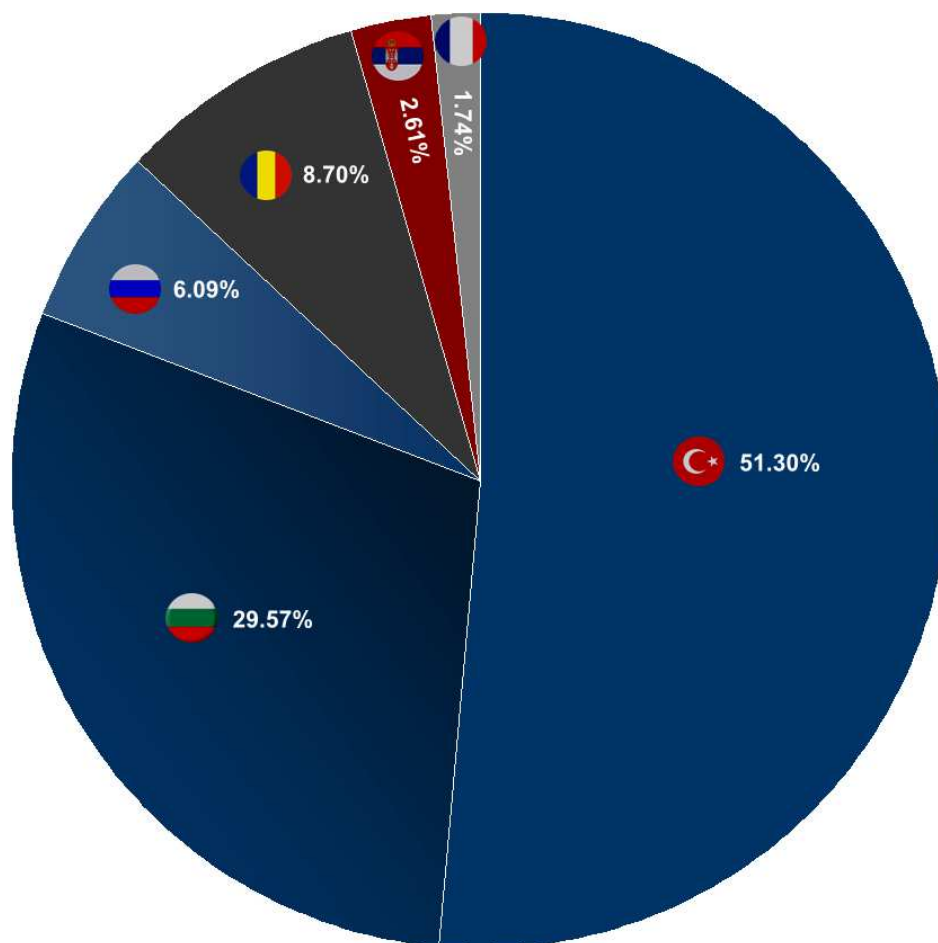
Σημειώνεται επίσης η παρουσία των **Ρώσων τουριστών** οι οποίοι εμφανίζονται μεν στο 1/4 σχεδόν του ποσοστού που είχαμε στην πρώτη καταγραφή το 2013 (29,20%) και αποτελούν το **6.09% του μείγματος** των αλλοδαπών καταναλωτών, δεν είχαν απευθείας αεροπορική πρόσβασή δε στην Αλεξανδρούπολη.

Οι **Σέρβοι** επισκέπτες-καταναλωτές, σύμφωνα πάντα με τις απαντήσεις των συμμετεχόντων (στην έρευνα) επιχειρηματιών καταγράφονται στο **2,61%**, ενώ λίγοι καταγράφονται και οι **Γάλλοι** τουρίστες του Αυγούστου οι οποίοι κατέχουν ποσοστό **1,74%** στο μείγμα των αλλοδαπών καταναλωτών της Αλεξανδρούπολης το 2016.

Σημειώνεται ότι δεν εμφανίστηκαν στην έρευνα πωλήσεις σε Πολωνούς τουρίστες, παρόλο που ως ένδειξη υπήρχε στο ερωτηματολόγιο και γνωρίζαμε ότι ομάδες τουριστών της συγκεκριμένης εθνικότητας διέμεναν καθόλη της διάρκεια του καλοκαιριού σε μεγάλο ξενοδοχείο της Αλεξανδρούπολης.

Επισημαίνεται τέλος (προς αποφυγή παρερμηνειών) ότι η έρευνα εντοπίζει και καταγράφει **μόνον εκείνους τους τουρίστες που προβαίνουν σε κατανάλωση** προϊόντων και υπηρεσιών από καταστήματα της Αλεξανδρούπολης σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών-μελών του Εμπορικού Συλλόγου Αλεξανδρούπολης που συμμετέχουν σε αυτή.







ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - ΚΕΝΤΡΟ  
Μείγμα τουριστών-καταναλωτών 2016



Πίνακας 9

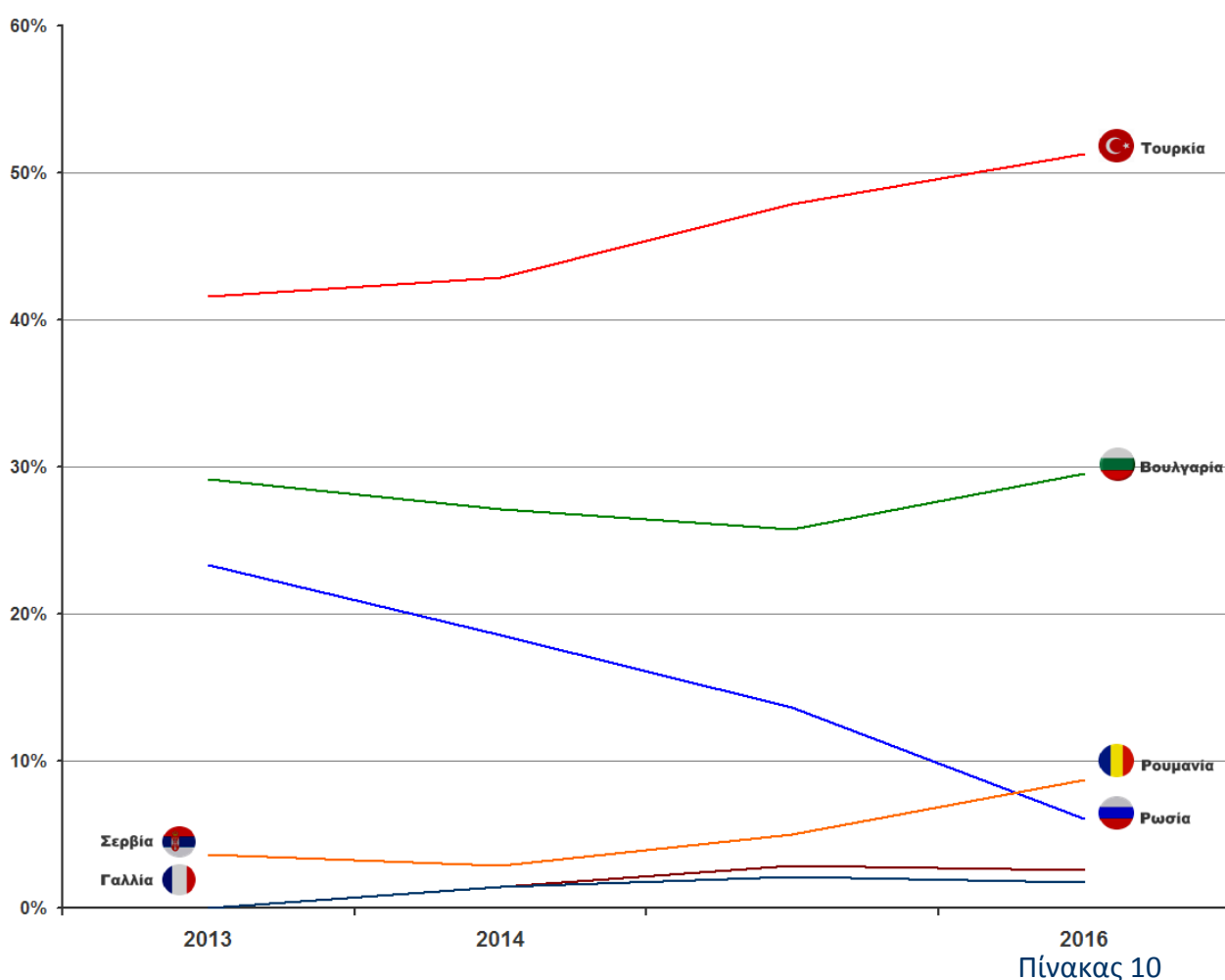
ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - Κ Ε Ν Τ Ρ Ο

Προέλευση αλλοδαπών καταναλωτών

	 Τουρκία	 Βουλγαρία	 Ρουμανία	 Ρωσία	 Σερβία	 Γαλλία
2016	51,30%	29,57%	8,70%	6,09%	2,61%	1,74%
2014	42,86%	27,14%	2,86%	18,57%	1,43%	1,43%
2013	41,61%	29,20%	3,65%	23,36%	—	—

ΕΜΠΟΡΙΟ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗΣ - Κ Ε Ν Τ Ρ Ο

Διαχρονική απεικόνιση συμμετοχής εθνικοτήτων στο «μείγμα»



Σημείωση: Επισυνάπτεται παράρτημα παρουσίασης αποτελεσμάτων ανά κλαδική κατηγοριοποίηση.



• **Δήλωση Προέδρου ΕΣΑ, κ. Κωνσταντίνου Χατζημιχαήλ**

« ... Δυστυχώς το 2016 υπήρξε ένα ακόμη έτος ύφεσης με ασφυκτικές πιέσεις στην τοπική επιχειρηματικότητα καθώς επτά στις δέκα επιχειρήσεις είδαν τα ετήσια οικονομικά τους αποτελέσματα να μειώνονται, και ταυτόχρονα τις υποχρεώσεις τους έναντι του κράτους να βαίνουν διαρκώς δυσανάλογα και βίαια αυξανόμενες.

Αναφορικά με τα αποτελέσματα της εορταστικής περιόδου των Χριστουγέννων, μία σειρά από λανθασμένες πολιτικές αναφορικά με το μέτρο των ενδιάμεσων εκπτώσεων και την εισαγωγή από το εξωτερικό -αλλά εκτός πλαισίου και ελέγχου- εκπτώτικών πρακτικών όπως η “Black Friday” έχουν απορυθμίσει την αγορά και δημιουργήσει σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό. Αυτά σε συνδυασμό με την αβεβαιότητα από την αδυναμία κλεισίματος της δεύτερης αξιολόγησης του τρίτου μνημονίου συνετέλεσαν ώστε οκτώ στις δέκα επιχειρήσεις να έχουν κινηθεί πτωτικά σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2015.

Τέλος, ο τουρισμός, εν μέσω πρωτοφανών γεο-πολιτικών εξελίξεων στην ευρύτερη διεθνή γειτονιά μας, φαίνεται να διατηρεί τα υψηλά ποιοτικά του χαρακτηριστικά και να ακολουθεί σταθερά ανοδική πορεία με το μέσο ποσοστό συμμετοχής του στους ετήσιους τζίρους των επιχειρήσεων να εμφανίζεται ως το πλέον ενισχυμένο της τελευταίας πενταετίας και να ανέρχεται στο 7,00% ...»