

Αντέχουν οι μικρές επιχειρήσεις

Επιμένουν στα εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων οι Έλληνες

Δημοσίευση: 07 Δεκ 2017, 14:03 | Τελευταία ενημέρωση: 07 Δεκ 2017, 14:03



Λιγότερο από το 50% των πωλήσεων στο λιανεμπόριο τροφίμων αντιπροσωπεύουν οι οργανωμένες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, και αυτό παρά την σημαντική αύξηση κατά 15% που σημείωσαν οι πωλήσεις τους το 2016. Οι μικρές επιχειρήσεις τροφίμων, αν και έχουν υποστεί έντονα τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης, συνεχίζουν να αντέχουν, και μάλιστα το ποσοστό τους στην Ελλάδα ξεπερνά κατά πολύ το μέσο όρο των χωρών της ΕΕ.

Σύμφωνα με στοιχεία του Ινστιτούτου Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών, οι καθαρές πωλήσεις του λιανεμπορίου τροφίμων το 2016 διαμορφώθηκαν σύμφωνα με εκτιμήσεις στα 18,6 δισεκατομμύρια ευρώ, με περισσότερα από 9,3 δισεκατομμύρια ευρώ, δηλαδή το 50,05% των πωλήσεων, να έχουν πραγματοποιηθεί από μεμονωμένα καταστήματα τροφίμων, κυρίως εξειδικευμένα (κρεοπωλεία, οπωροπωλεία, ιχθυοπωλεία κτλ). Αντίστοιχα, το ποσοστό των

οργανωμένων αλυσίδων διαμορφώθηκε στο 49,95% επί του συνόλου.

Η μελέτη του ΙΕΛΚΑ δείχνει ότι στην Ελλάδα το ποσοστό των εξειδικευμένων καταστημάτων τροφίμων είναι στο 60% την ίδια ώρα που τέσσερα στα δέκα καταστήματα τροφίμων συνεχίζουν να είναι ειδικευμένα σε ορισμένες κατηγορίες τροφίμων, και αυτό όταν ο μέσος όρος στην ΕΕ για μεν τις οργανωμένες αλυσίδες είναι στο 77%, για δε τις εξειδικευμένες επιχειρήσεις στο 23%.

Στελέχη της αγοράς αποδίδουν την ανθεκτικότητα των εξειδικευμένων επιχειρήσεων λιανεμπορίου τροφίμων τόσο στις καταναλωτικές συνήθειες του Έλληνα, ο οποίος δείχνει να προτιμά αυτά τα σημεία πώλησης για ορισμένες κατηγορίες αγαθών, όπως κρέας, ψωμί, ψάρια, γαλακτοκομικά κτλ, αλλά και στη δημιουργία νέων σημείων στα χρόνια της κρίσης από νεοεισερχόμενους στον κλάδο του λιανεμπορίου τροφίμων, που δείχνει να είναι πιο ανθεκτικός από άλλους.

Ταυτόχρονα, και ενώ οι μεγάλες αλυσίδες υπολείπονται ως ποσοστό στο σύνολο της αγοράς, σημείωσαν αύξηση των πωλήσεών τους.

Σύμφωνα με ανάλυση, στο πλαίσιο της μελέτης των στοιχείων 38 επιχειρήσεων σούπερ μάρκετ, η οποία βασίζεται στους δείκτες που δημοσιεύει η ΕΛ.ΣΤΑΤ., σε στοιχεία της εταιρείας Nielsen, σε στοιχεία της έκδοσης του Πανοράματος των Σουπερμάρκετ 2017 και στις δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις των αλυσίδων σουπερμάρκετ το 2016 εμφάνισαν πωλήσεις αξίας 7,90 δισ. ευρώ αυξημένες κατά 1,04 δισ. ευρώ ή 15,16% σε σχέση με τα 6,86 δισ. ευρώ του 2015.

Όπως αναφέρει στη μελέτη του το ΙΕΛΚΑ, «είναι προφανές ότι η εικόνα των 38 αλυσίδων σούπερ μάρκετ του δείγματος είναι σαφώς καλύτερη από την εικόνα του συνόλου του λιανεμπορίου τροφίμων. Χαρακτηριστικό είναι ότι η ΕΛ.ΣΤΑΤ. για το 2016 δίνει μείωση για τον κύκλο εργασιών των μεγάλων καταστημάτων τροφίμων κατά 0,52%. Η σημαντική αύξηση που καταγράφουν αυτές οι εταιρείες είναι αποτέλεσμα της αναδιανομής των πωλήσεων σημαντικών επιχειρήσεων που αποχώρησαν από την αγορά οι οποίες ανέρχονταν το 2015 αθροιστικά σε 1,7 δισ. ευρώ και δευτερευόντως από την προσέλκυση πωλήσεων από άλλα κανάλια (π.χ. εξειδικευμένα καταστήματα, λαϊκές αγορές κλπ). Οι πωλήσεις των υπολοίπων καταστημάτων διατροφής εκτός των αλυσίδων σουπερμάρκετ, σύμφωνα με την ΕΛ.ΣΤΑΤ. κατέγραψαν πτώση 2,41% και το εμπόριο εκτός καταστημάτων (π.χ. λαϊκές αγορές) πτώση κατά 6,10%. Η τάση αυτή φαίνεται ότι συνεχίζεται και το πρώτο 9μηνο του 2017 και σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. τα καταστήματα σουπερμάρκετ παρουσιάζουν αύξηση του κύκλου εργασιών κατά 1,73% σε σχέση με το πρώτο εξάμηνο του 2016, ενώ τα μικρότερα καταστήματα μείωση -1,86%».

in.gr