



ΑΣΗΜΙΝΑ ΞΗΡΟΤΥΡΗ - ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΑΡΗ

ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ Α' ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΠΑΒ125.....

19 ΙΟΥΝ. 2014

29/05/2014

ΑΝΑΦΟΡΑ

Προς τους κκ. Υπουργούς

Α. Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας

Β. Οικονομικών

Θέμα: Σχετικά με την πορεία της βιοτεχνίας ενδυμάτων

Η βουλευτής της Δημοκρατικής Αριστέρας Ασημίνα Ξηροτύρη-Αικατερινάρη καταθέτει ως αναφορά το δημοσίευμα της ηλεκτρονικής έκδοσης της εφημερίδας «ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ» (08/05/2014) αναφορικά με την πορεία της βιοτεχνίας ενδυμάτων στην χώρας μας, η οποία, βάσει και της έρευνας που πραγματοποίησε το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, παρουσιάζει εικόνα κατάρρευσης.

Η Καταθέτουσα βουλευτής

Ασημίνα Ξηροτύρη - Αικατερινάρη

ΒΕΘ: Υπό κατάρρευση η βιοτεχνία ενδυμάτων

Τα ευρήματα της έρευνας του Επιμελητηρίου

Πέμπτη, 08 Μαΐου 2014 14:36

Μόλις 250 ευρώ, κατά μέσο όρο, δαπάνησαν το 2013 οι Θεσσαλονικείς για την αγορά ενδυμάτων, ενώ ένας στους δύο δήλωσαν ότι ψωνίζουν ρούχα μία με δύο φορές το χρόνο.

Την ίδια ώρα, εννέα στους δέκα βιοτέχνες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του ενδύματος προχωρούν σε μειώσεις τιμών, που αγγίζει το 30%, προκειμένου να κάνουν περισσότερο ελκυστικά τα προϊόντα τους. Παρ' όλα αυτά, φαίνεται πως οι καταναλωτές γυρίζουν την πλάτη στις βιοτεχνίες, με το ΒΕΘ να εκτιμά πως η βιοτεχνία ενδυμάτων είναι υπό κατάρρευση.

Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από την έρευνα που εκπόνησε, για λογαριασμό του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ), η εταιρεία δημοσκοπήσεων Interview σε δείγμα 355 επιχειρηματιών-μελών του επιμελητηρίου και 300 καταναλωτών.

Απαισιόδοξοι οι βιοτέχνες

Το πρώτο σκέλος της έρευνας, με τίτλο «Η πορεία της βιοτεχνίας ενδυμάτων εν μέσω κρίσης», αφορά τους επιχειρηματίες του χώρου.

Συγκεκριμένα, το 30% απαντά ότι είναι πολύ/αρκετά αισιόδοξο για το μέλλον της επιχείρησής του, ενώ το 70% λίγο/καθόλου.

«Λαβωμένος» εμφανίζεται από την οικονομική κρίση ο κλάδος του ρούχου καθώς το 92% των συμμετεχόντων απάντησε ότι έχει επηρεαστεί πολύ/ αρκετά και το 8% λίγο /καθόλου.

Η φυγή των επιχειρήσεων σε όμορες χώρες αποτελεί για το 27% των ερωτηθέντων αγκάθι για την ελληνική βιοτεχνία, ενώ για το 73% τα φτηνά εισαγόμενα ρούχα (από Τουρκία, Κίνα κ.α.)

Στην ερώτηση «Τι κατά την άποψη σας πρέπει να κάνει ο Έλληνας βιοτέχνης;» τρεις στους δέκα επιχειρηματίες απάντησαν ότι πρέπει να ανταγωνιστεί τα φτηνά εισαγόμενα, ενώ επτά στους δέκα τα ποιοτικά ακριβότερα ενδύματα.

Η υψηλή φορολόγηση και η έλλειψη ρευστότητας φιγουράρουν πρώτες στη λίστα των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι βιοτέχνες. Ειδικότερα στην ερώτηση «ποιο από αυτά που θα σας αναφέρω, είναι κατά την άποψή σας το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε;» (οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα δύο

επιλογών) το 58,5% απάντησε η υψηλή φορολογία, το 50,3% η έλλειψη ρευστότητας, το 35,2% οι υψηλές ασφαλιστικές εισφορές (ΟΑΕΕ, ΙΚΑ), το 23,8% η μείωση εισερχομένων παραγγελιών, το 6,7% ο αθέμιτος ανταγωνισμός και το 2,1% οι τιμές πρώτων υλών.

Εννέα στους δέκα μείωσαν τις τιμές

Σε μειώσεις τιμών στα είδη τους προχώρησαν εννέα στους δέκα βιοτέχνες με το μέσο όρο της συρρίκνωσης να αγγίζει το 30%. Για το 45% των συμμετεχόντων λύση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν είναι η έμφαση στην ελληνική αγορά, ενώ για το 55% η ενίσχυση της εξωστρέφειας.

Φειδωλοί οι καταναλωτές στις αγορές ενδυμάτων

Η έρευνα διαπιστώνει αλλαγή στην καταναλωτική συμπεριφορά ως απόρροια των οικονομικών δυσκολιών που αντιμετωπίζουν τα ελληνικά νοικοκυριά.

Ενδεικτικό της κατάστασης που επικρατεί είναι το γεγονός ότι το 14% απάντησε ότι δεν αγοράζει ούτε μία φορά το χρόνο ενδύματα, το 51% μία με δύο φορές, ενώ το 35% περισσότερο από τρεις φορές. Μάλιστα πέρυσι κατά μέσο όρο οι συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν ότι δαπάνησαν 250 ευρώ.

Η τιμή του ενδύματος αποτελεί το πρόκριμα για την πλειονότητα των καταναλωτών, ενώ η ποιότητα αποτελεί το δεύτερο σημαντικότερο παράγοντα για την επιλογή του.

Στην ερώτηση «τι προσέχετε όταν αγοράζετε ρούχα» οι ερωτώμενοι είχαν δύο επιλογές. Το 75% απάντησε ότι προσέχει την τιμή του ενδύματος, το 60% την ποιότητα, το 31% τη χρηστικότητα, το 13% τις τάσεις της μόδας, το 6% τη χώρα προέλευσης/κατασκευής, το 3% το υλικό/σύνθεση, το 2% τη μάρκα. Το 40% των καταναλωτών προχωρά σε αγορές ενδυμάτων από ανάγκη (εξαιτίας φθοράς), το 28% σε περιόδους εκπτώσεων/ προσφορών, το 24% επειδή έχει διάθεση για ψώνια και το 8% επειδή τα ρούχα του είναι εκτός μόδας.

Το 55% επιλέγει φθηνότερες λύσεις καταστημάτων σε σχέση με αυτά που ψωνίζει παλαιότερα, ενώ το 45% συνεχίζει να ψωνίζει από τα ίδια καταστήματα.

Γυρίζουν την πλάτη στις βιοτεχνίες

Μέσα σε αυτό το κλίμα, ηχηρή για το μέλλον της βιοτεχνίας είναι η απάντηση των καταναλωτών στην ερώτηση «Από πού αγοράζετε συνήθως ρούχα;».

Το 38% απαντά από εμπορικό πολυκατάστημα, το 30% από κατάστημα ρούχων στην περιοχή του, το 24% από κατάστημα του κέντρου με επώνυμα ρούχα και μόλις το 8% από βιοτεχνία.

Στην ερώτηση «γνωρίζετε την προέλευση των ρούχων σας;» το 40% απάντησε ότι γνωρίζει για όλα, το 31% ότι γνωρίζει για μερικά και το 29% ότι δεν το απασχολεί.

Ψήφο εμπιστοσύνης στα εισαγόμενα ρούχα δίνει το 60%, ενώ το 40% απαντά ότι όταν ανοίγει την ντουλάπα του και βλέπει τα ρούχα του τα περισσότερα είναι ελληνικής προέλευσης.