

# Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας Δήμου Πειραιά



**ΚΕΝΤΡΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΗΜΟΥ ΠΕΙΡΑΙΑ**



**Ευρωπαϊκή Ένωση**  
Ευρωπαϊκό Ταμείο  
Περιφερειακής Ανάπτυξης



**ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΤΤΙΚΗΣ**



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας Δήμου Πειραιά



**ΗΜΕΡΙΔΑ ΕΣΠ «ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ», Δεκέμβριος 2022**

**Έρευνα αποτύπωσης του καταναλωτικού προφίλ των διερχόμενων καταναλωτών του Πειραιά**



**Grant Thornton**  
An instinct for growth™

**Αντιγόνη Αμπελακιώτη**  
Σύμβουλος επιχειρήσεων



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

# Το έργο

Αποτελεί μια πρωτοβουλία του Δήμου Πειραιά που εντάσσεται στην ευρύτερη **Στρατηγική για την Γαλάζια Ανάπτυξη** για την υποστήριξη των επιχειρήσεων του Πειραιά με στόχο τη βελτίωση της λειτουργίας τους, την ανάπτυξή τους και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους.

Το Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας είναι μια καινοτόμος δράση για την ελληνική τοπική αυτοδιοίκηση, η οποία φιλοδοξούμε να αποτελέσει **έναν θεσμό στήριξης της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης** της πόλης του Πειραιά.

Το έργο συγχρηματοδοτείται από εθνικούς και κοινοτικούς πόρους μέσω του **Ε.Π. Αττική 2014-2020 του ΕΣΠΑ στο πλαίσιο της ΟΧΕ του Δήμου Πειραιά**



Κέντρο Στήριξης  
Επιχειρηματικότητας  
Δήμου Πειραιά



# Αντικείμενο του Κέντρου Στήριξης Επιχειρηματικότητας



Το Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας:

- **Παρέχει δωρεάν εξατομικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες** σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται ή θέλουν να δραστηριοποιηθούν στον Δήμο Πειραιά. Οι υπηρεσίες εμπίπτουν στον κανόνα “*de minimis*”
- **Παρέχει πληροφόρηση σε οποιαδήποτε επιχείρηση, δυνητικό επιχειρηματία, επενδυτή και πολίτη** απευθύνεται στο Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας, με τη δωρεάν παροχή ενημερωτικού-πληροφοριακού υλικού και εργαλείων σε ένα ευρύ φάσμα θεμάτων που αφορούν την επιχειρηματικότητα σε εθνικό και τοπικό επίπεδο
- **Εκπονεί μεγάλο αριθμό ερευνών και μελετών** που αποτυπώνουν τις εξελίξεις και τις τάσεις της τοπικής οικονομίας και των επιχειρήσεων του Δήμου Πειραιά **και υποστηρίζει τον Δήμο στο σχεδιασμό και την υλοποίηση της Στρατηγικής Γαλάζιας Ανάπτυξης (Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας)**



# Έρευνα καταναλωτών – Ταυτότητα Έρευνας



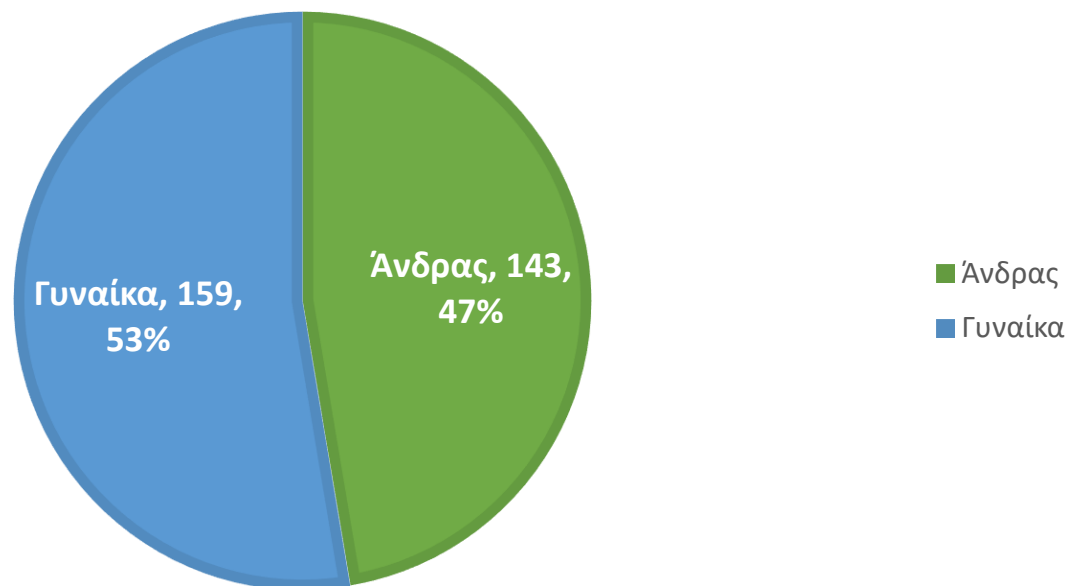
- Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια της περιόδου από 3 έως 16 Νοεμβρίου 2022 (ημέρες και ώρες λειτουργίας των καταστημάτων)
- Διενεργήθηκε έρευνα πεδίου (συνεντεύξεις στο δρόμο μέσης διάρκειας 2' έκαστη) σε αντιπροσωπευτικό δείγμα **302 καταναλωτών** σε κεντρικούς εμπορικούς δρόμους της πόλης ή/και πέριξ των σταθμών του μετρό (Δημοτικό Θέατρο, Λιμάνι, Μανιάτικα)
- Η αποτύπωση του προφίλ των **καταναλωτών** επιδιώκεται μέσα από την επεξεργασία στοιχείων που αφορούν :
  - δημογραφικά χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικιακή κατηγορία, κ.α.)
  - συνήθειες
  - προτιμήσεις
  - παράγοντες επηρεάζουν τις καταναλωτικές τους συνήθειες



# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία (Φύλο)



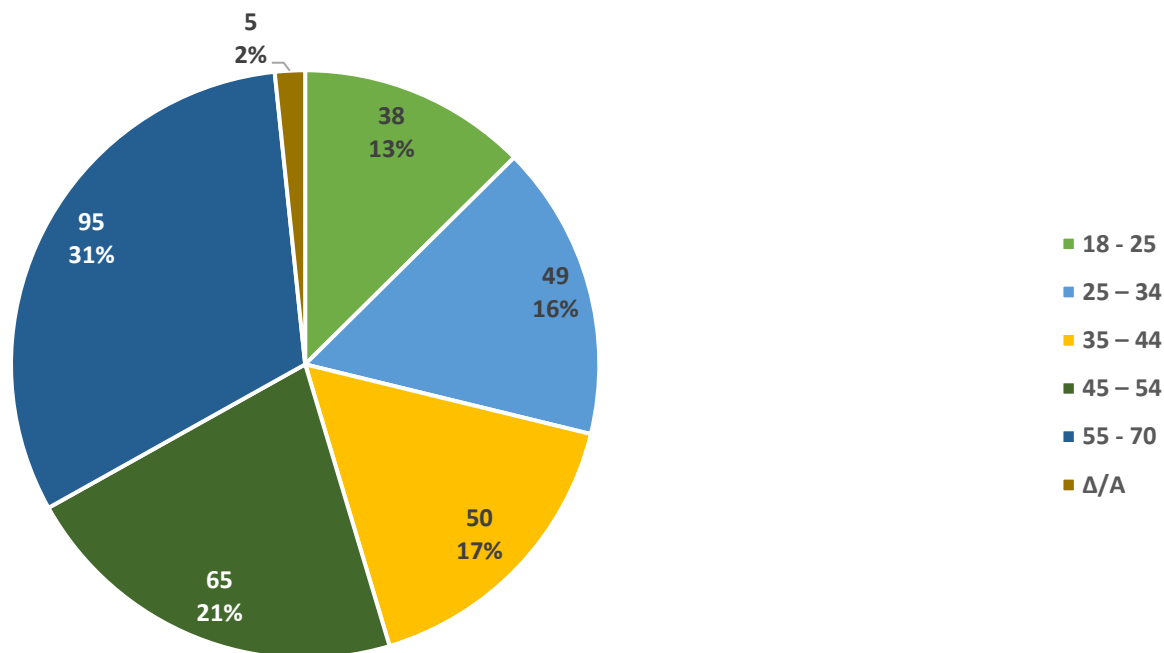
- Η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι γυναίκες, σε ποσοστό 53% επί του συνόλου του δείγματος



# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία (Ηλικιακή κατηγορία)



- Η μεγαλύτερη συγκέντρωση των συνεντευξιαζόμενων παρατηρείται στις ηλικιακές κατηγορίες 45–54 και 55–70 (ποσοστά 21% & 31% αντίστοιχα)



# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία



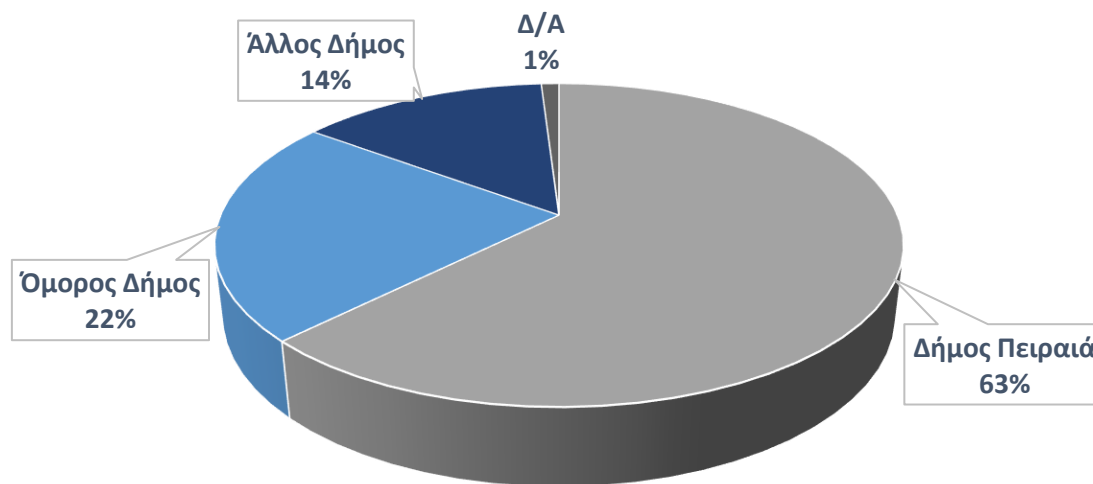
- Βάσει των αποκρίσεων αναφορικά με τον τόπο κατοικίας οι ερωτώμενοι κατατάχτηκαν σε 3 βασικές κατηγορίες (Δήμος Πειραιά, Όμορος Δήμος, Άλλος Δήμος).
  - Δήμος Πειραιά: εντός των διοικητικών ορίων του Δήμου Πειραιά (5 Κοινότητες)
  - Όμορος Δήμος: Κερασίни-Δραπετσώνα, Νίκαια-Αγ.Ι.Ρέντης, Κορυδαλλός, Πέραμα, Μοσχάτο-Ταύρος
  - Άλλος Δήμος: Αγ.Βαρβάρα, Π.Φάληρο, Αγ.Δημήτριος, Αθήνα, Αιγάλεω, Άλιμος, Βάρη-Βούλα-Βουλιαγμένη, Γλυφάδα, Ελληνικό-Αργυρούπολη, Καισαριανή, Καλλιθέα, Κηφισιά, Λαυρεωτική, Ν.Σμύρνη, Σαλαμίνα, Σπέτσες, Χαϊδάρι
- Επί συνόλου 302 ερωτώμενων μόνο 3 δεν απάντησαν στην ερώτηση για τον τόπο κατοικίας



# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία (Κατοικία)



- Αθροιστικά, ποσοστό 85% των ερωτώμενων κατοικεί στο Δήμο Πειραιά ή σε όμορο Δήμο (189 άτομα ή 63% Δήμος Πειραιά, 66 άτομα ή 22% Όμορος Δήμος)
- 23 από τους 42 ερωτώμενους που κατοικούν σε άλλο Δήμο εργάζονται στο Δήμο Πειραιά ή σε όμορο Δήμο



# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία

## Κατοικία (Ανάλυση)

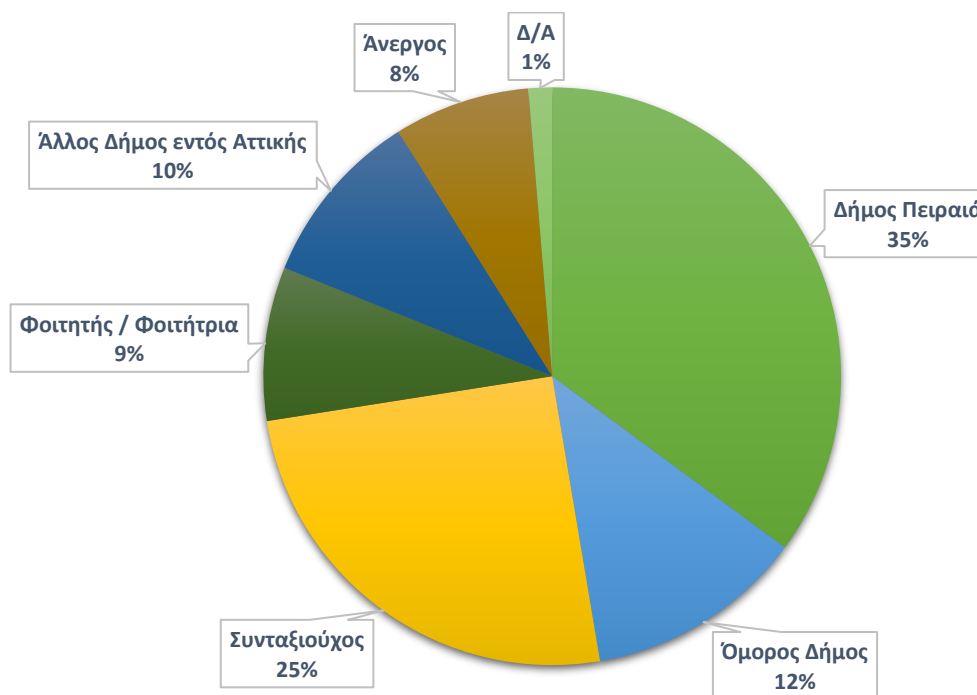


<b>Όμορος Δήμος</b>	<b>66</b>	<b>Άλλος Δήμος</b>	<b>44</b>
Δήμος Κορυδαλλού	26	Δήμος Καλλιθέας	11
Δήμος Κερατσινίου-Δραπετσώνας	17	Δήμος Αγίας Βαρβάρας	6
Δήμος Νίκαιας-Αγ.Ιωάννη Ρέντη	13	Δήμος Αθηναίων	6
Δήμος Μοσχάτου-Ταύρου	5	Δήμος Αγίου Δημητρίου	2
Δήμος Περάματος	5	Δ/Α	2
		Δήμος Ελληνικού-Αργυρούπολης	2
		Δήμος Νέας Σμύρνης	2
		Δήμος Χαϊδαρίου	2
		Δήμος Αιγάλεω	1
		Δήμος Αλίμου	1
		Δήμος Βάρης-Βούλας-Βουλιαγμένης	1
		Δήμος Γλυφάδας	1
		Δήμος Καισαριανής	1
		Δήμος Κηφισιάς	1
		Δήμος Λαυρεωτικής	1
		Δήμος Σαλαμίνα	1
		Δήμος Σπετσών	1
		Δήμος Παλαιού Φαλήρου	2

# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά στοιχεία (Εργασία)

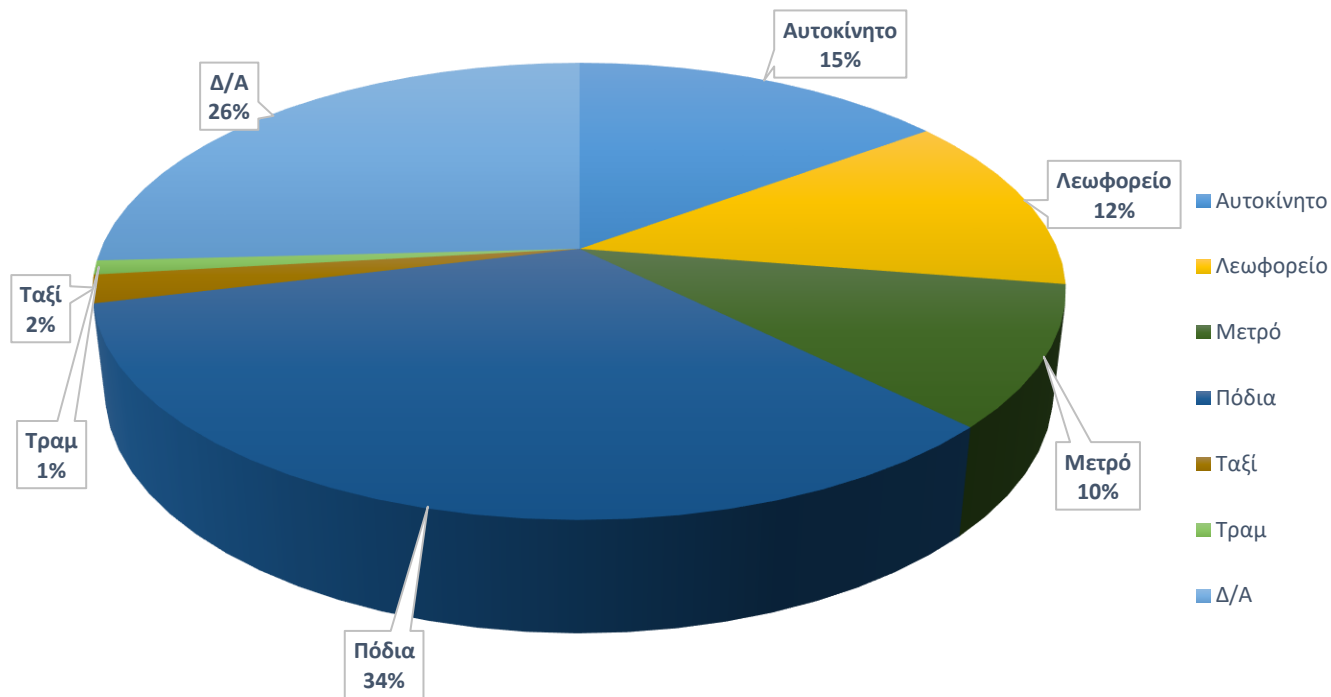


- Αθροιστικά, ποσοστό 47% των ερωτώμενων εργάζεται στο Δήμο Πειραιά ή σε όμορο Δήμο





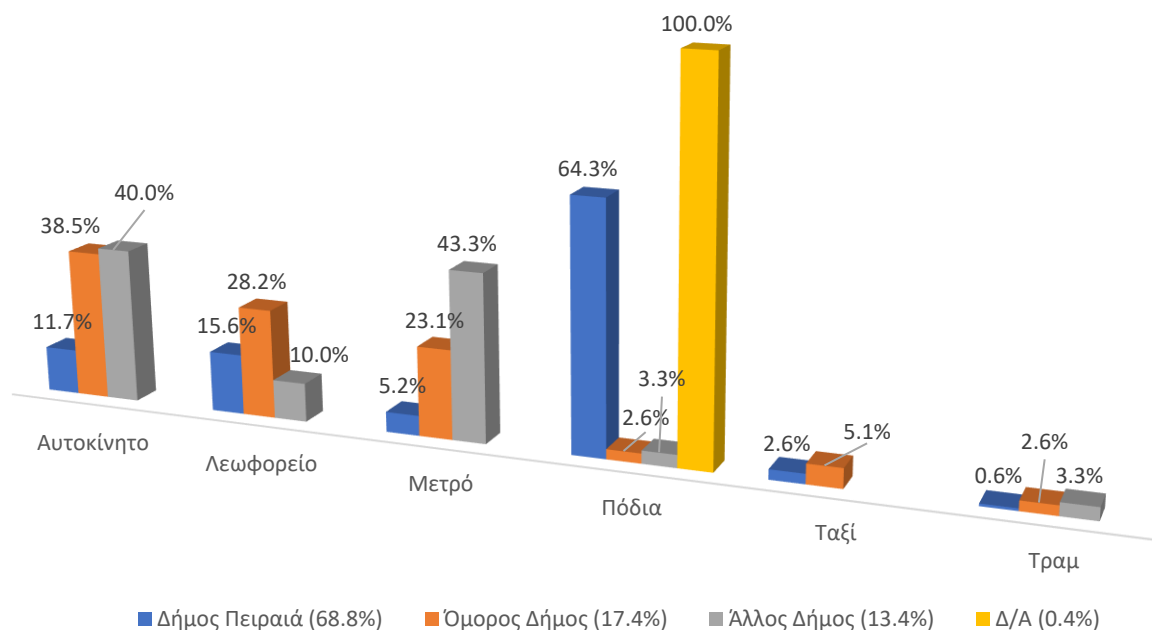
- Στην ερώτηση «Ποιο μέσο χρησιμοποιήσατε για να έρθετε από το σπίτι σας εδώ;», ποσοστό 34% (επί των θετικών απαντήσεων) δήλωσε ότι μετακινήθηκε με τα πόδια



# Έρευνα καταναλωτών – Μέσο μετακίνησης & κατοικία



- Στην πλειοψηφία τους οι κάτοικοι του Πειραιά δε χρησιμοποιούν μεταφορικό μέσο για τις αγορές τους στο κέντρο
- Το δημοφιλέστερο μέσο μεταφοράς για τους κατοίκους των όμορων Δήμων είναι το αυτοκίνητο (38,5%), ενώ ακολουθούν το λεωφορείο (28,2%) και το μετρό (23,1%)
- Οι κάτοικοι λοιπών Δήμων μετακινούνται κυρίως με το μετρό (43,3%) και το αυτοκίνητο (40%)

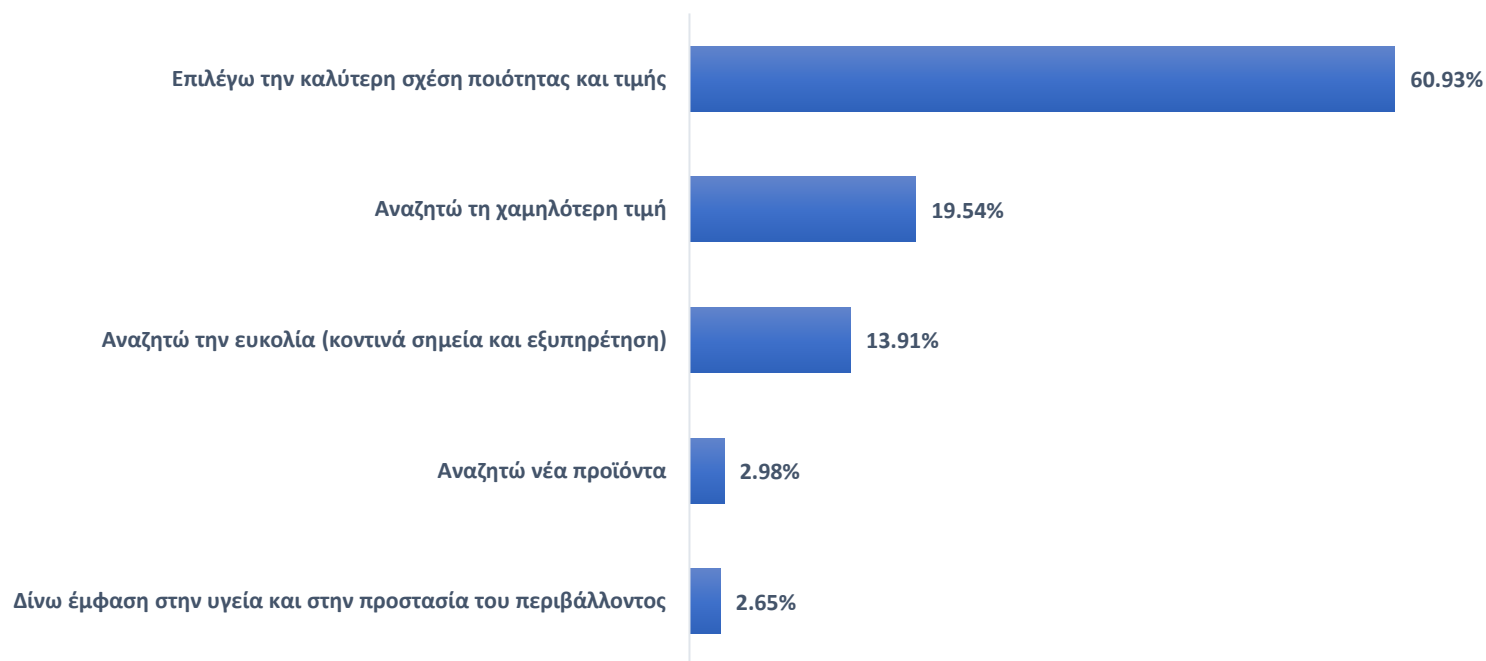


# Έρευνα καταναλωτών – Χαρακτηριστικά καταναλωτή



Στην ερώτηση «Ποια από τις παρακάτω δηλώσεις σας περιγράφει καλύτερα σαν καταναλωτή;»

- Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών (60,93%) επιλέγει την καλύτερη σχέση ποιότητας/τιμής για τις αγορές
- Ακολουθούν, με μικρότερα ποσοστά η εξεύρεση της χαμηλότερης τιμής (19,54%) και η ευκολία πρόσβασης στην αγορά και την εξυπηρέτηση του πελάτη (13,91%)

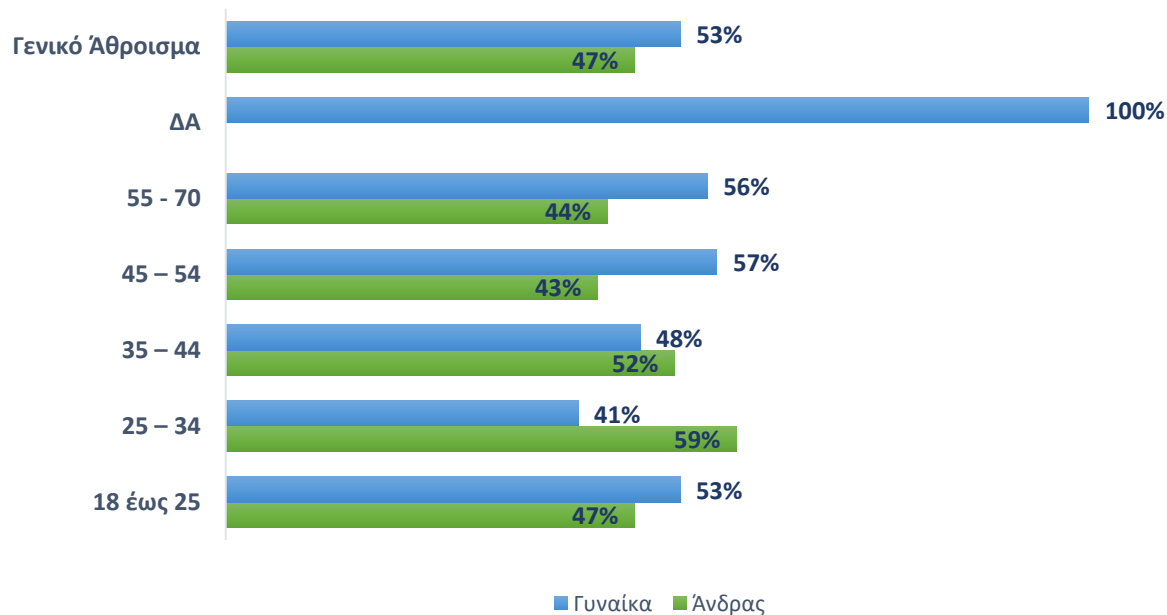


# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά & Χαρακτηριστικά καταναλωτή ανά φύλο



- Η πλειοψηφία του δείγματος της έρευνας είναι γυναίκες
- Οι γυναίκες που απάντησαν στην έρευνα υπερτερούν στις ηλικιακές κατηγορίες 18-25, 45-54 και 55-70
- Οι άνδρες που απάντησαν στην έρευνα υπερτερούν στις ηλικιακές κατηγορίες 25-34 και 35-44

## Ηλικιακή κατηγορία - Φύλο

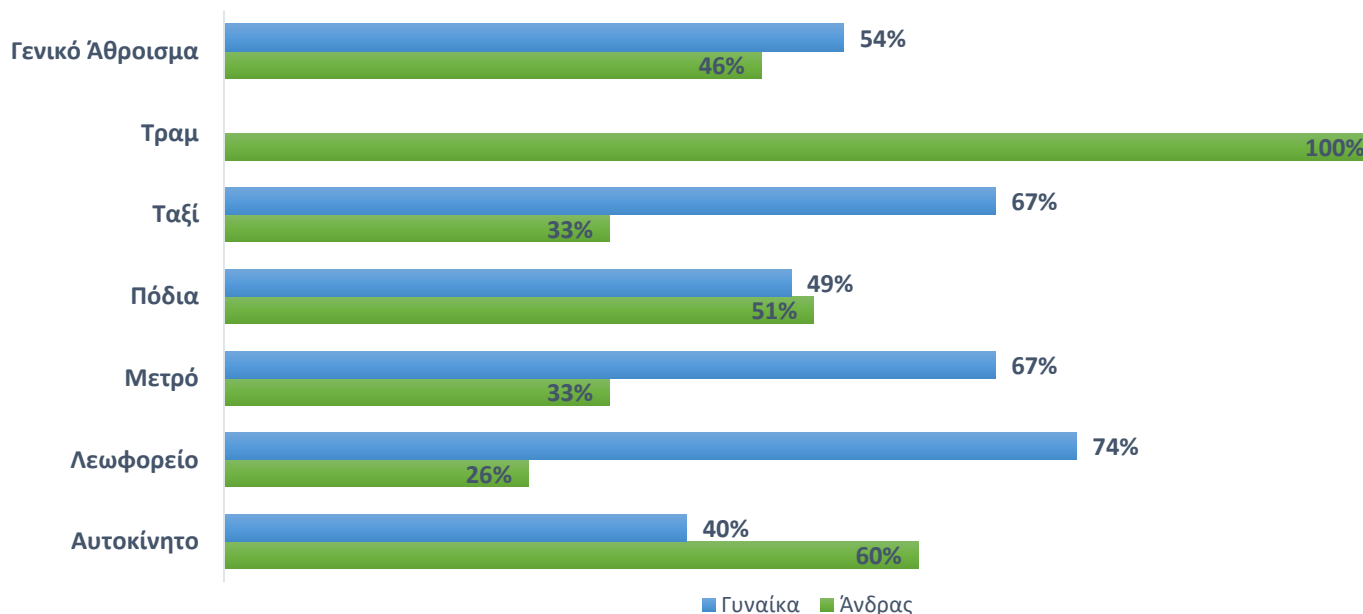


# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά & Χαρακτηριστικά καταναλωτή ανά φύλο



- Οι γυναίκες, σε υψηλό ποσοστό, χρησιμοποιούν για τις μετακινήσεις τους λεωφορείο, ταξί και μετρό, ενώ δεν σημειώθηκε καμία θετική απάντηση για τη χρήση του τραμ
- Οι άνδρες προτιμούν τη μετακίνηση με το αυτοκίνητο ή τα πόδια, ενώ το σύνολο των ερωτώμενων που δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν το τραμ είναι άνδρες

## Μέσο μετακίνησης - Φύλο



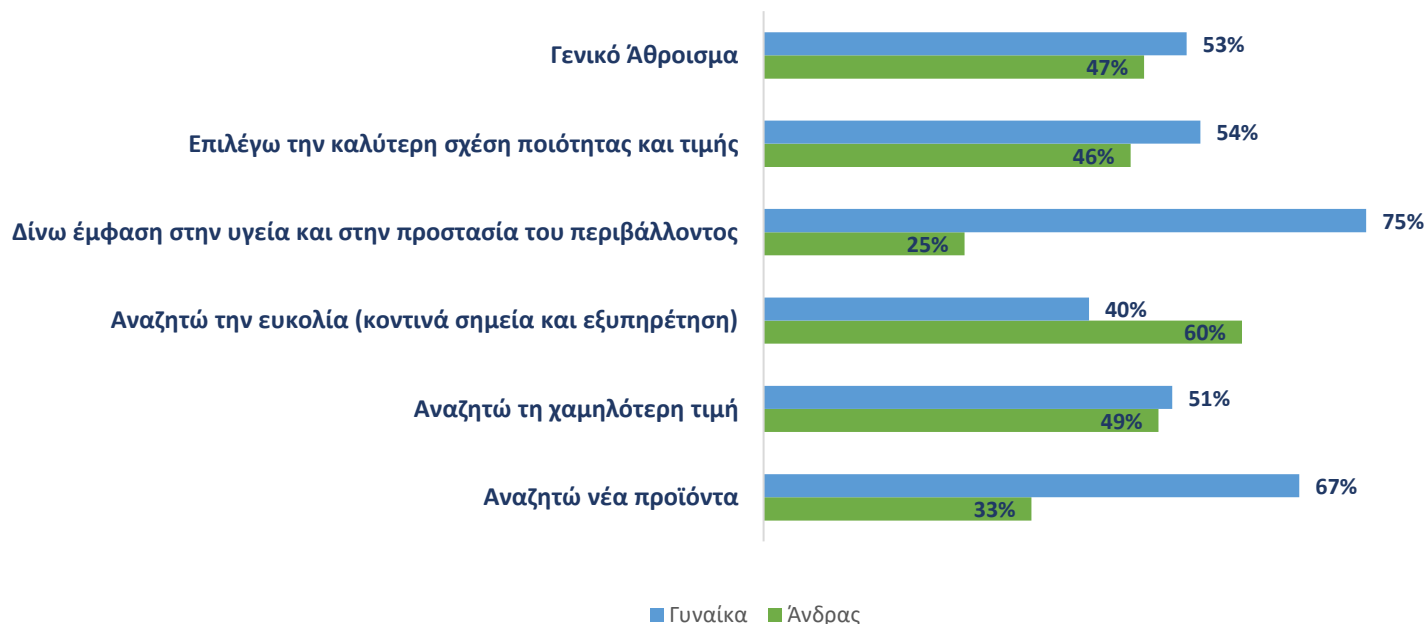


# Έρευνα καταναλωτών – Δημογραφικά & Χαρακτηριστικά καταναλωτή ανά φύλο



- Το γυναικείο καταναλωτικό κοινό εμφανίζεται ιδιαίτερα ευαισθητοποιημένο σε θέματα υγείας και προστασίας του περιβάλλοντος, ενώ δίνει έμφαση στην αναζήτηση νέων προϊόντων και τη σχέση ποιότητας και τιμής
- Το ανδρικό καταναλωτικό αναζητά την ευκολία στις αγορές του

## Καταναλωτική συμπεριφορά - Φύλο



# Έρευνα καταναλωτών – Συνήθειες καταναλωτή



Στην ερώτηση «*Επιλέγετε και με ποια συχνότητα την αγορά του Πειραιά;*»

- Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών (68,21%) επιλέγει την αγορά του Πειραιά για τις περισσότερες αγορές τους
- Ακολουθεί, με αρκετά μικρότερο ποσοστό (26,82%) η επιλογή της αγοράς του Πειραιά σε ειδικές περιπτώσεις



# Έρευνα καταναλωτών – Συνήθειες καταναλωτή



Στην ερώτηση «Σε ποιες περιπτώσεις προτιμάτε την αγορά του Πειραιά; (Συμφωνείτε: Πάρα πολύ, Πολύ, Λίγο, Καθόλου)»

- Το μεγαλύτερο αθροιστικά ποσοστό των καταναλωτών (78,1%) προτιμά την αγορά του Πειραιά για την προμήθεια συγκεκριμένων προϊόντων (π.χ. ένδυση-υπόδηση, είδη οικιακής χρήσης), ενώ ακολουθούν τα είδη ευρείας κατανάλωσης (64,9%)
- Η πλειοψηφία των καταναλωτών (64,2%) δε στρέφεται σε μεγάλες αγορές εκτός Δήμου για την προμήθεια αγαθών



# Έρευνα καταναλωτών – Πλεονεκτήματα τοπικής αγοράς



Στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε ότι είναι το μεγαλύτερο πλεονέκτημα της αγοράς του Πειραιά; Επιλέξτε μέχρι 2 απαντήσεις»

- Ο συνδυασμός αγορών με ψυχαγωγία συγκεντρώνει το μεγαλύτερο ποσοστό (25%) στις απαντήσεις των καταναλωτών
- Σημαντικά ποσοστά λαμβάνουν το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών (20%) και η ποικιλία προϊόντων που διατίθεται στην αγορά του Πειραιά (19%)
- Μόλις 6% των ερωτηθέντων δε βρίσκουν κάποιο πλεονέκτημα



# Έρευνα καταναλωτών – Μειονεκτήματα τοπικής αγοράς



Στην ερώτηση «Ποιο θεωρείτε ότι είναι το μεγαλύτερο μειονέκτημα της αγοράς του Πειραιά; Επιλέξτε μέχρι 2 απαντήσεις»

- Η δυσκολία πρόσβασης στην αγορά αναδεικνύεται το κυριότερο μειονέκτημα (ποσοστό 32%) που υπέδειξαν οι ερωτώμενοι
- Σημαντικό ποσοστό λαμβάνει η απάντηση «Δεν υπάρχει κανένα μειονέκτημα» η οποία συγκέντρωσε ποσοστό 21% των απαντήσεων
- Ακολουθούν το επίπεδο των τιμών και η ποικιλία προϊόντων προς επιλογή



# Έρευνα καταναλωτών – Αλλαγή καταναλωτικής συμπεριφοράς τον τελευταίο χρόνο



Στην ερώτηση «Για ποιους λόγους έχετε περιορίσει τις αγορές σας τον τελευταίο χρόνο;»

- Ως κυριότερη αιτία περιορισμού των αγορών αναδεικνύεται η αύξηση του επιπέδου των τιμών
- Ως σημαντική αιτία καταγράφεται και η ανησυχία λόγω των γεωπολιτικών εξελίξεων (π.χ. πόλεμος στην Ουκρανία, ελληνοτουρκικά)
- Οι αυξήσεις των τιμών ενέργειας συγκεντρώνουν συγκριτικά χαμηλότερο ποσοστό θετικών απαντήσεων

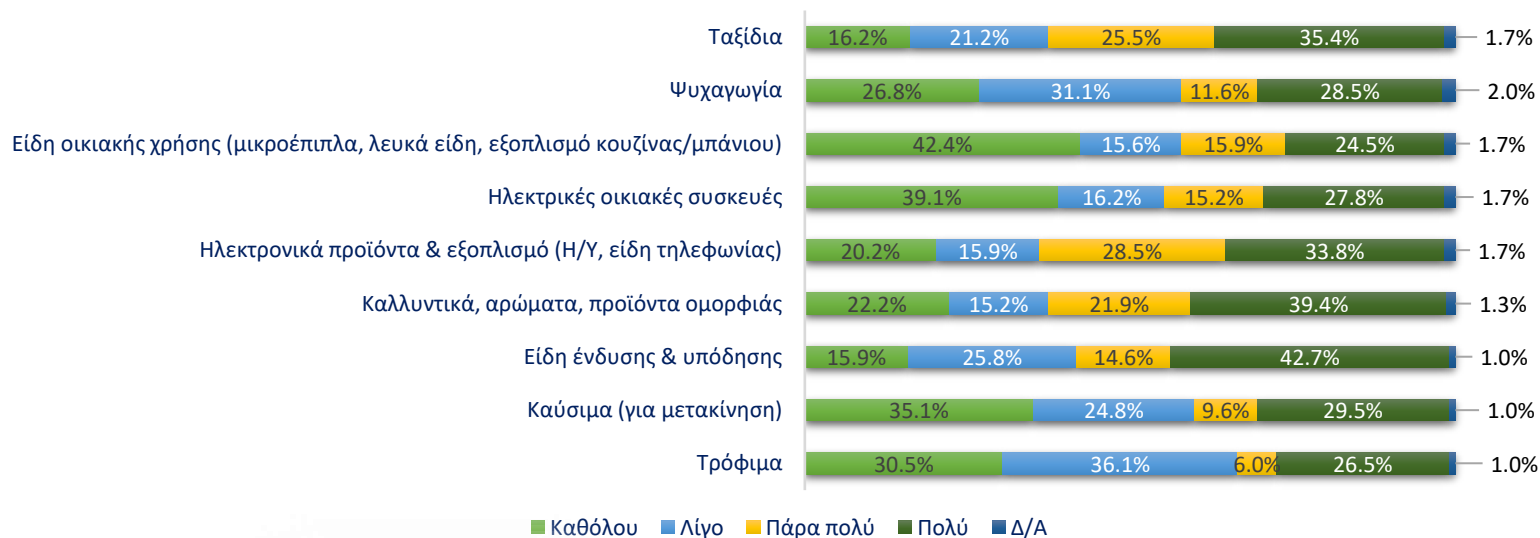


# Έρευνα καταναλωτών – Αλλαγή καταναλωτικής συμπεριφοράς τον τελευταίο χρόνο



Στην ερώτηση «Πόσο επηρεάστηκαν οι αγορές ανά κατηγορία αγαθού/υπηρεσίας; (Συμφωνείτε: Πάρα πολύ, Πολύ, Λίγο, Καθόλου)»

- Οι κατηγορίες «Ηλεκτρονικά προϊόντα & εξοπλισμός», «Καλλυντικά, αρώματα, προϊόντα ομορφιάς» και «Ταξίδια» συγκεντρώνουν αθροιστικά ποσοστό μεγαλύτερο του 60% σε απαντήσεις «Πολύ» και «Πάρα πολύ»
- Χαμηλότερο αθροιστικά ποσοστό του 40% των απαντήσεων «Πολύ» και «Πάρα πολύ» συγκεντρώνουν οι κατηγορίες «Τρόφιμα» και «Καύσιμα»





- Η αγορά του Πειραιά προτιμάται κυρίως από κατοίκους του Δήμου, οι οποίοι λόγω εγγύτητας επιλέγουν να κάνουν τις αγορές τους στα τοπικά καταστήματα, αποφεύγοντας τη μετακίνηση με οποιοδήποτε μεταφορικό μέσο
- Αυτό που χαρακτηρίζει την πλειοψηφία των καταναλωτών είναι η αναζήτηση και επιλογή της καλύτερης σχέσης ποιότητας/τιμής για τις αγορές τους
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων επιλέγει την αγορά του Πειραιά για τις περισσότερες αγορές τους, με έμφαση σε συγκεκριμένα προϊόντα (π.χ. ένδυση-υπόδηση, είδη οικιακής χρήσης)
- Ως κύρια πλεονεκτήματα της αγοράς του Πειραιά αναδεικνύονται ο συνδυασμός αγορών με ψυχαγωγία και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών
- Η δυσκολία πρόσβασης στην αγορά λόγω έντονης κυκλοφορίας ή έλλειψης χώρων στάθμευσης αποτελεί το κύριο μειονέκτημα
- Η αύξηση του επιπέδου των τιμών επισημαίνεται ως κύριος λόγος αλλαγής των καταναλωτικών συνηθειών και περιορισμού των αγορών



# Συμπεράσματα



- Η μείωση της κατανάλωσης έχει επηρεάσει, σε μικρότερο ή μεγαλύτερο βαθμό, όλες τις κατηγορίες προϊόντων/υπηρεσιών
- Σε μεγαλύτερο βαθμό πλήττονται τα προϊόντα/υπηρεσίες που εμπίπτουν στις κατηγορίες «Ηλεκτρονικά προϊόντα & εξοπλισμός», «Καλλυντικά, αρώματα, προϊόντα ομορφιάς» και «Ταξίδια»
- Σε μικρότερο βαθμό έχουν επηρεαστεί οι αγορές για τρόφιμα και καύσιμα (για μετακίνηση)



# Κέντρο Στήριξης Επιχειρηματικότητας Δήμου Πειραιά



*Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε  
επικοινωνήστε με τους Συμβούλους του ΚΣΕ*

**Διεύθυνση:** 2ας Μεραρχίας & Φίλωνος 64, Τ.Κ 18535  
**E-mail:** [info@piraeusbsc.gr](mailto:info@piraeusbsc.gr)  
**Website:** [www.piraeusbsc.gr](http://www.piraeusbsc.gr)  
**Τηλ:** 211 41 82 013



**Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης**