



Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος

Δελτίο Τύπου

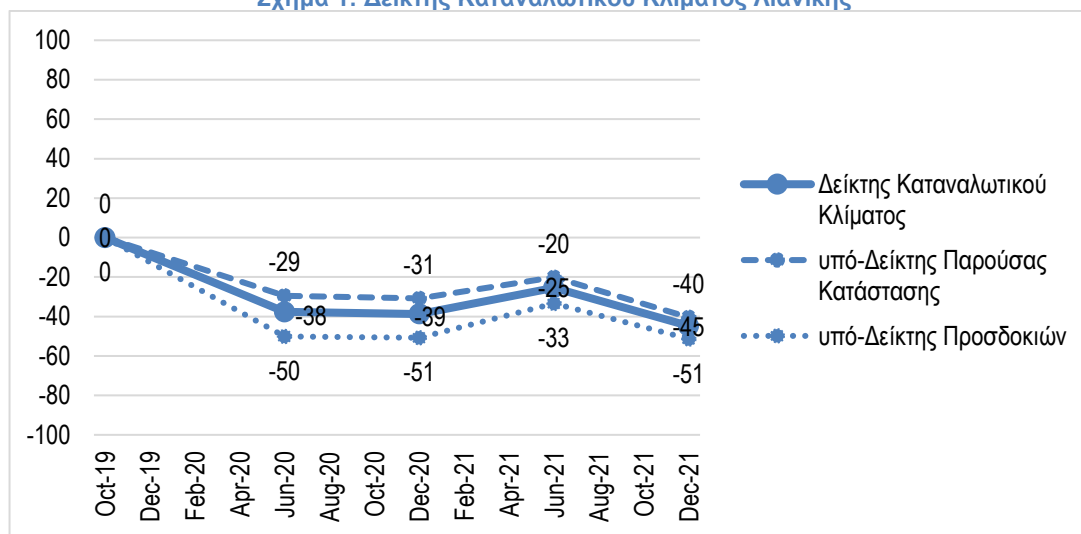
23/12/2021

Έρευνα καταναλωτικών τάσεων ΣΕΛΠΕ:

- **Επιδείνωση για το καταναλωτικό κλίμα το τελευταίο εξάμηνο και με χαμηλές προσδοκίες για το επόμενο 6μηνο**
- **Έντονη η αρνητική επίδραση του κόστους ενέργειας στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών**
- **1 στους 2 καταναλωτές θα μειώσει τις δαπάνες για αγορά προϊόντων το επόμενο εξάμηνο, ενώ θα αυξήσει τις δαπάνες για λογαριασμούς**
- **Οι πληρωμές λογαριασμών αποτελούν πλέον την μεγαλύτερη δαπάνη ως ποσοστού του εισοδήματος**

Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος ολοκλήρωσε την 5η μελέτη καταγραφής των καταναλωτικών τάσεων στο λιανεμπόριο μέσω της εξαμηνιαίας έρευνας καταναλωτικού κλίματος λιανεμπορίου που πραγματοποιείται με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η έρευνα έλαβε χώρα τον Δεκέμβριο του 2021 μέσω Πανελληνίας Έρευνας σε δείγμα 859 καταναλωτών. Καταγράφονται ιδιαίτερα ενδιαφέροντα συμπεράσματα και τάσεις σε σχέση με τις αγοραστικές συνήθειες του κοινού από την επίδραση της πανδημίας, ενώ περιλαμβάνει και τον δείκτη καταναλωτικού κλίματος λιανικής.

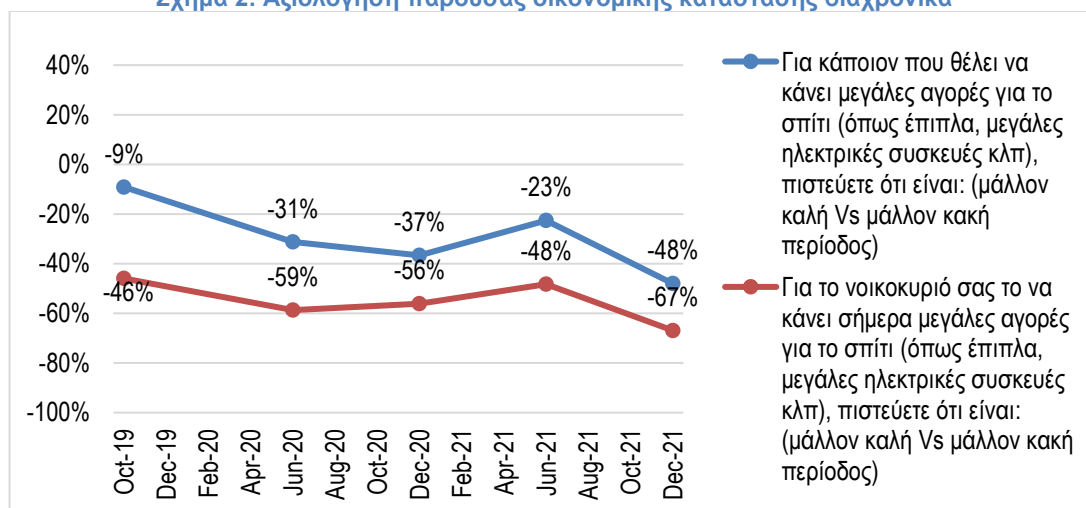
Σχήμα 1: Δείκτης Καταναλωτικού Κλίματος Λιανικής



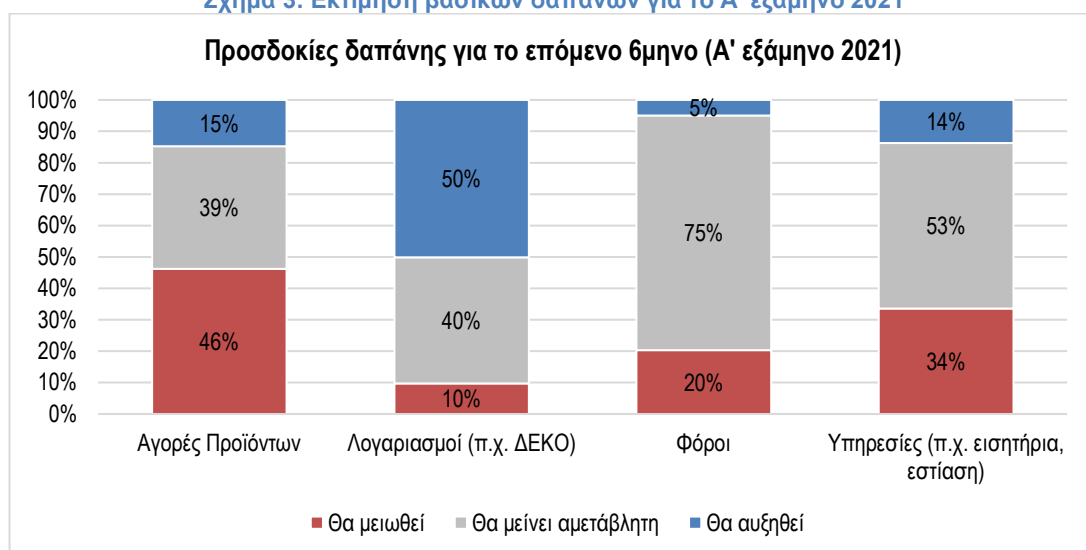
Καταρχάς, ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος λιανικής (σχήμα 1), τον Δεκέμβριο του 2021 διαμορφώθηκε στο -45, μειωμένος σε σχέση με τον μήνα βάσης, τον Οκτώβριο του 2019 και μειωμένος σχέση με την αντίστοιχη μέτρηση του Δεκεμβρίου 2020. Όπως φαίνεται, η συγκεκριμένη εξέλιξη δεν έχει να κάνει τόσο με τις μέχρι σήμερα προσδοκίες των καταναλωτών, αλλά κυρίως λόγω της παρούσας κατάστασης των καταναλωτών για το προσεχές διάστημα. Συγκεκριμένη η μείωση στον υπο-Δείκτη παρούσας κατάστασης ήταν από το -31 στο -40, ενώ αντίθετα ο υπό-δείκτης προσδοκιών καταγράφει την ίδια χαμηλή τιμή με τον Δεκέμβριο 2020 -51. Πρακτικά αυτό που καταγράφεται είναι σταθερές προσδοκίες, αλλά επιβάρυνσή των οικονομικών των καταναλωτών, κάτι που έχει να κάνει με το αυξημένο κόστος ενέργειας όπως θα φανεί και σε λοιπούς δείκτες.

Συγκεκριμένα, όπως αποτυπώνεται και στις επί μέρους ερωτήσεις (σχήμα 2), οι καταναλωτές θεωρούν ότι είναι δεν είναι μία ικανοποιητική περίοδος για να κάνουν αγορές, τόσο οι ίδιοι, όσο και γενικά. Μάλιστα την κατατάσσουν ως τη χειρότερη περίοδο για σημαντικές αγορές τα τελευταία δύο χρόνια.

Σχήμα 2: Αξιολόγηση παρούσας οικονομικής κατάστασης διαχρονικά

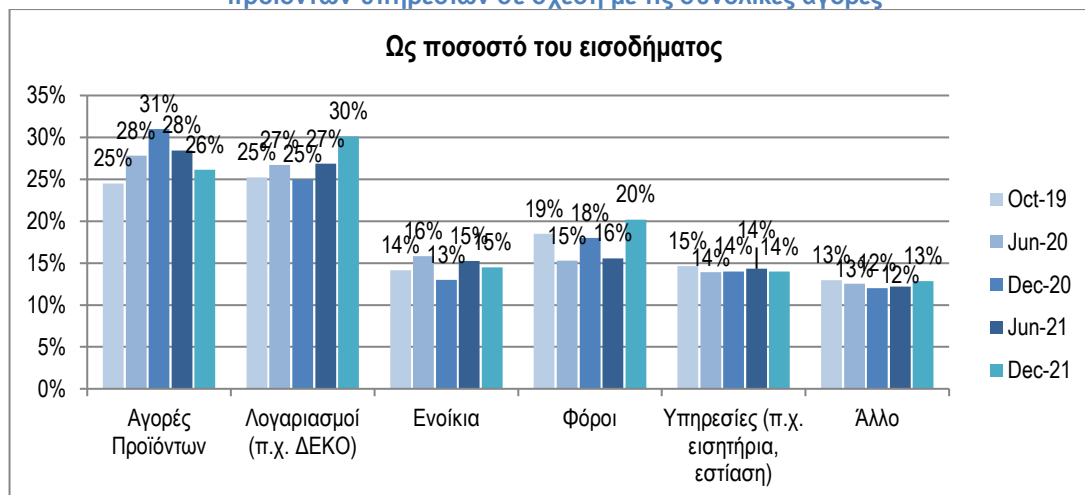


Σχήμα 3: Εκτίμηση βασικών δαπανών για το Α' εξάμηνο 2021



Οι προσδοκίες για τις δαπάνες είναι επίσης αρνητικές και σχετίζονται άμεσα με το αυξημένο κόστος ενέργειας. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 3, το 50% εκτιμά ότι το πρώτο εξάμηνο 2021 οι δαπάνες για λογαριασμούς κοινής ωφέλειας θα είναι αυξημένο. Αντίθετα, το 46% εκτιμά ότι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων το πρώτο εξάμηνο 2021 θα είναι μειωμένες, ενώ μόλις το 15% ότι θα είναι αυξημένες. Το ίδιο ισχύει για τις υπηρεσίες (εισιτήρια, εστίαση) για τα οποία επίσης εκτιμάται από το 34% του κοινού μείωση και μόλις 14% αύξηση. Σχετικά θετική είναι η μέτρηση σε σχέση με τη φορολογία για την οποία το 75% εκτιμά ότι θα μείνει αμετάβλητη, το 20% ότι θα παρουσιάσει μείωση και το 5% αύξηση.

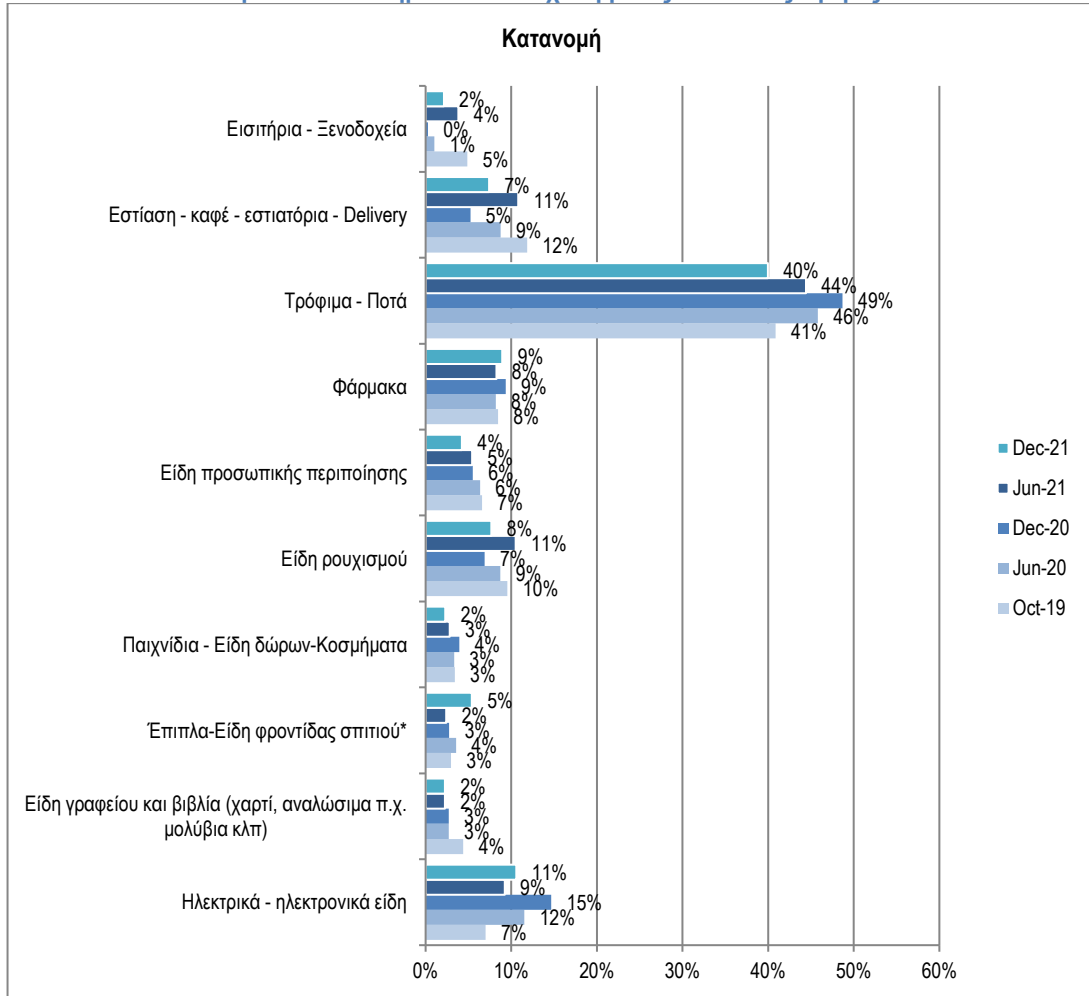
Σχήμα 4: Εκτίμηση κατανομής μηνιαίων λιανικών αγορών σε σημαντικές κατηγορίες προϊόντων-υπηρεσιών σε σχέση με τις συνολικές αγορές



Όπως φαίνεται στο σχήμα 4, σήμερα σύμφωνα με τους καταναλωτές, οι δαπάνες για λογαριασμούς αποτελούν με διαφορά την μεγαλύτερη δαπάνη τους ως ποσοστό του εισοδήματός τους. Συγκεκριμένα, αποτελούν το 30% έναντι 25% τον προηγούμενο Δεκέμβριο. Αντίθετα μειωμένες είναι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων σε σχέση με τον προηγούμενο Δεκέμβριο από 31% σε 26%. Σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες δαπανών, οι δαπάνες για φόρους καταγράφονται αυξημένες, αλλά σε συνήθη για τον μήνα Δεκέμβριο επίπεδα (καθώς τον συγκεκριμένο μήνα γίνονται πληρωμές φόρου εισοδήματος, ΕΝΦΙΑ, τέλη κυκλοφορίας κλπ). Οι υπόλοιπες δαπάνες όπως υπηρεσίες και ενοίκια δεν παρουσιάζουν ουσιαστική μεταβολή.

Συγκεκριμένα για τις δαπάνες για αγορές προϊόντων που αποτελεί και το κύριο αντικείμενο της μελέτης, σημειώνεται ότι πλέον αντιπροσωπεύουν μόνο το 26% των συνολικών δαπανών. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 5, η κύρια κατηγορία αγορών όσον αφορά τις δαπάνες είναι τα τρόφιμα και ποτά με ποσοστό 41% με μείωση από 49% το 2020 (περίοδος με Lockdown). Η εστίαση η οποία είχε ανακάμψει το καλοκαίρι βρισκόταν στη δεύτερη θέση μαζί με τα είδη ρουχισμού υποχωρεί από 11% σε 7% και τα εισιτήρια ξενοδοχεία από 4% σε μόλις 2%. Αντίθετα, αύξηση παρουσιάζουν τα ηλεκτρικά-ηλεκτρονικά είδη από 9% σε 11%, κάτι που αντικατοπτρίζει τις αγορές της περιόδου Black Friday. Στις υπόλοιπες κατηγορίες δεν καταγράφονται μεγάλες διακυμάνσεις.

Σχήμα 5: Εκτίμηση κατανομής μηνιαίων λιανικών αγορών σε σημαντικές κατηγορίες προϊόντων-υπηρεσιών σε σχέση με τις συνολικές αγορές



Τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφουν τη σημαντική αλλαγή που επήλθε στο καταναλωτικό κοινό το τελευταίο δμήνο, η οποία αφορά κυρίως την επίδραση του αυξημένου κόστους ενέργειας και δευτερευόντως της επίδρασης της κρίσης του COVID-19 στο καταναλωτικό κλίμα και στην αγορά της λιανικής στην Ελλάδα.