



Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος

Δελτίο Τύπου

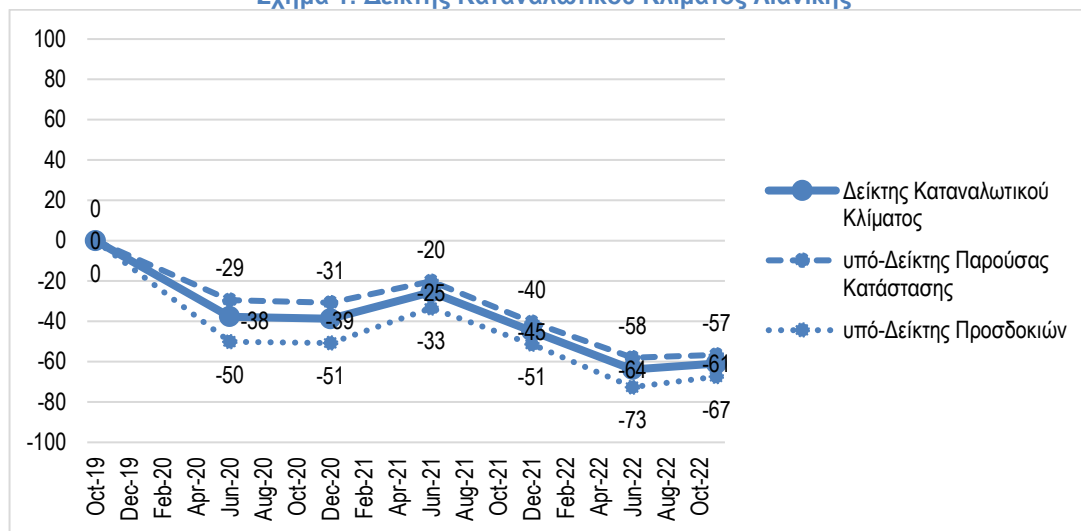
7/12/2022

Έρευνα καταναλωτικών τάσεων ΣΕΛΠΕ:

- Παγιώνεται χαμηλά το καταναλωτικό κλίμα τον τελευταίο χρόνο και με χαμηλές προσδοκίες για τους καταναλωτές το επόμενο 6μηνο
- Έντονη η αρνητική επίδραση του πληθωρισμού 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 μηνιαίου εισοδήματος

Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος ολοκλήρωσε την 7η 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 υλοποιήθηκε με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και έλαβε χώρα την περίοδο 14-16 Νοεμβρίου 2022 μέσω Πανελλήνιας Έρευνας σε δείγμα 1.150 καταναλωτών. Καταγράφονται ιδιαίτερα ενδιαφέροντα συμπεράσματα και τάσεις σε σχέση με τις αγοραστικές συνήθειες του κοινού, ενώ περιλαμβάνει και τον δείκτη καταναλωτικού κλίματος λιανικής.

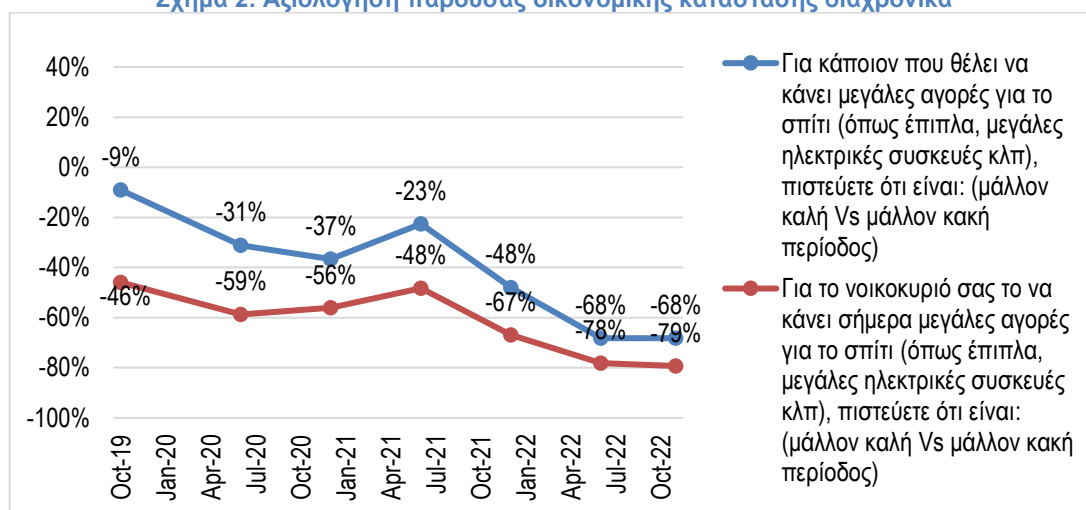
Σχήμα 1: Δείκτης Καταναλωτικού Κλίματος Λιανικής



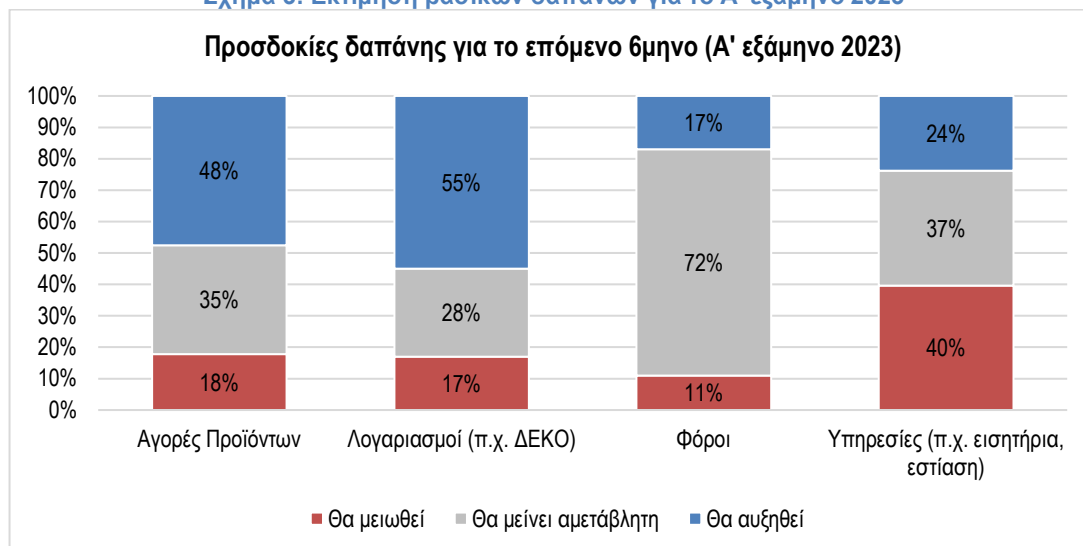
Καταρχάς, ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος λιανικής (σχήμα 1), τον Νοέμβριο του 2022 διαμορφώθηκε στο -61, πολύ χαμηλότερα σε σχέση με τον μήνα βάσης, τον Οκτώβριο του 2019, αλλά ελαφρώς αυξημένος σχέση με την αντίστοιχη μέτρηση του Ιουλίου 2022. Η συγκεκριμένη εξέλιξη έχει να κάνει τόσο με τις μέχρι σήμερα προσδοκίες των καταναλωτών για το προσεχές διάστημα, όσο και λόγω της παρούσας κατάστασης των καταναλωτών. Συγκεκριμένη ο υπο-Δείκτη2 παρούσας κατάστασης παρουσίασε ελάχιστη μεταβολή από το -58 στο -57, ενώ ο υπό-δείκτης προσδοκιών μεγαλύτερη διόρθωση από -73 σε -67, αλλά και πάλι βρίσκεται αρκετά χαμηλά. Πρακτικά αυτό που καταγράφεται είναι και χαμηλές προσδοκίες, αλλά και επιβάρυνση των οικονομικών των καταναλωτών, με ελαφρώς καλύτερη πορεία για προσδοκίες των καταναλωτών (οι οποίες βέβαια παραμένουν αρνητικές). Οι εξελίξεις αυτές έχουν να κάνουν με τις πληθωριστικές πιέσεις, με το αυξημένο κόστος ενέργειας, αγαθών και υπηρεσιών 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 για το σπίτι τους τα τελευταία τρία χρόνια.

Σχήμα 2: Αξιολόγηση παρούσας οικονομικής κατάστασης διαχρονικά

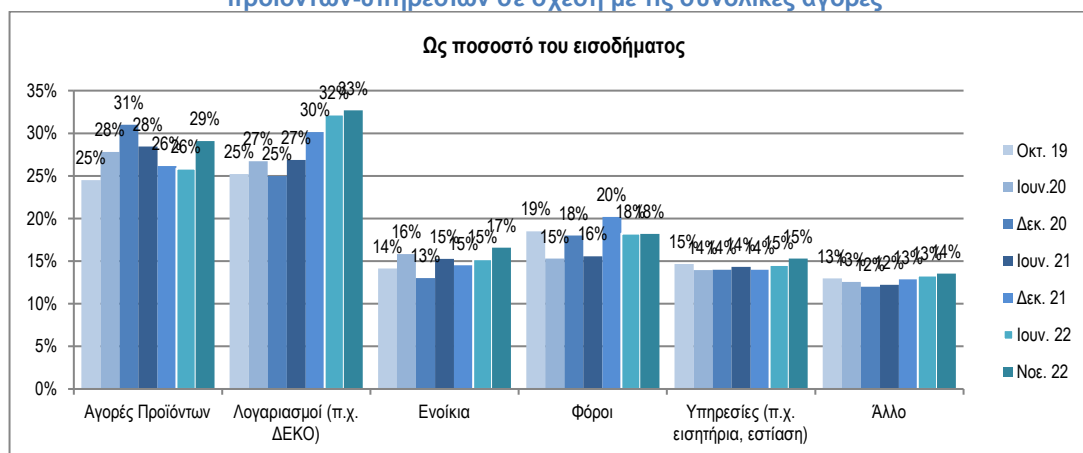


Σχήμα 3: Εκτίμηση βασικών δαπανών για το Α' εξάμηνο 2023



Αντίθετα οι προσδοκίες για τις δαπάνες είναι θετικές και σχετίζονται άμεσα με τον πληθωρισμό και την αύξηση των τιμών. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 3, το 55% εκτιμά ότι το πρώτο εξάμηνο 2023 οι δαπάνες για λογαριασμούς κοινής ωφέλειας θα είναι αυξημένο. Επίσης, το 48% εκτιμά ότι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων το πρώτο εξάμηνο 2023 θα είναι αυξημένες, ενώ μόλις το 18% ότι θα είναι μειωμένες. Το αντίθετο ισχύει για τις υπηρεσίες (εισιτήρια, εστίαση) για τις οποίες εκτιμάται μείωση από το 40% των καταναλωτών αύξηση από μόλις 24%. Σχετικά ουδέτερη είναι η μέτρηση σε σχέση με τη φορολογία για την οποία το 72% εκτιμά ότι θα μείνει αμετάβλητη, το 11% ότι θα παρουσιάσει μείωση και το 17% αύξηση. Πρακτικά τα στοιχεία δείχνουν ότι οι καταναλωτές πρακτικά αναμένουν αύξηση των δαπανών για να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες και μείωση για δαπάνες διασκέδασης.

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 εισοδήματος τους. Συγκεκριμένα, αποτελούν το 33% έναντι 30% τον προηγούμενο Δεκέμβριο. Αντίθετα παρά την αύξηση από 26% σε 29% σε σχέση με τον προηγούμενο Δεκέμβριο, οι δαπάνες για αγορές προϊόντων παραμένουν σε συνήθη επίπεδα. Σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες δαπανών, καταγράφεται μια

σταθερότητα, όμως οι δαπάνες για λογαριασμούς, ενοίκια και φόρους αντιπροσωπεύουν πλέον το 70% του συνολικού οικογενειακού εισοδήματος.

Τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφουν τη σημαντική αλλαγή που επήλθε στο καταναλωτικό κοινό τον τελευταίο χρόνο, η οποία αφορά κυρίως την επίδραση των πληθωριστικών πιέσεων σε ενέργεια, προϊόντα και υπηρεσίες στο καταναλωτικό κλίμα και στην αγορά της λιανικής στην Ελλάδα.

Για περισσότερες πληροφορίες:

ΣΕΛΠΕ / Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος

www.selpe.gr

E-mail: [selpe@selpe.gr](mailto:selp@selpe.gr)