



Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος

Δελτίο Τύπου

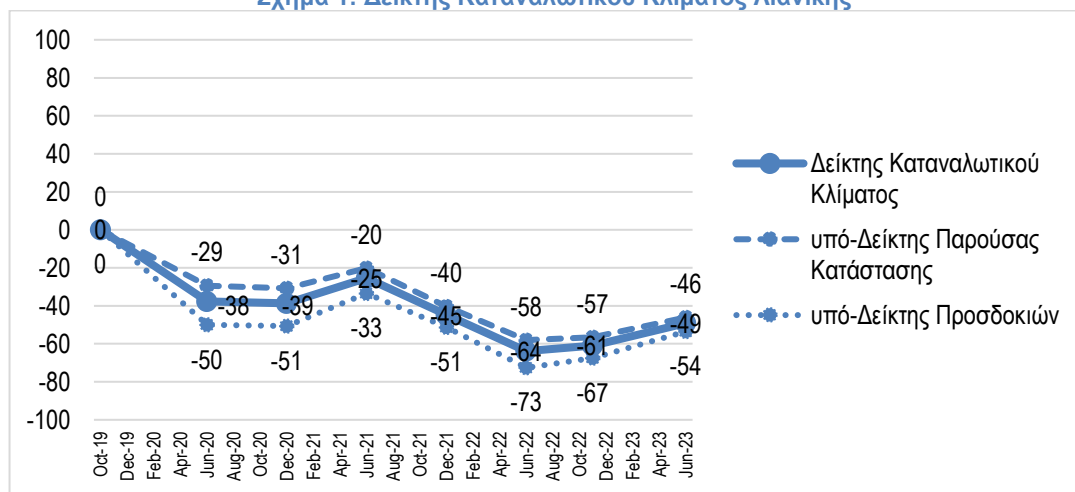
5/7/2023

Έρευνα καταναλωτικών τάσεων ΣΕΛΠΕ:

- Μικρή βελτίωση στο καταναλωτικό κλίμα με χαμηλές προσδοκίες για τους καταναλωτές το επόμενο 6μηνο
- Έντονη η επίδραση του πληθωρισμού στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών
- 1 στους 2 καταναλωτές θα μειώσει τις δαπάνες για αγορά προϊόντων το επόμενο εξάμηνο
- Οι πληρωμές λογαριασμών και οι αγορές προϊόντων αποτελούν πλέον τις δύο μεγαλύτερες δαπάνες ως ποσοστού του μηνιαίου εισοδήματος

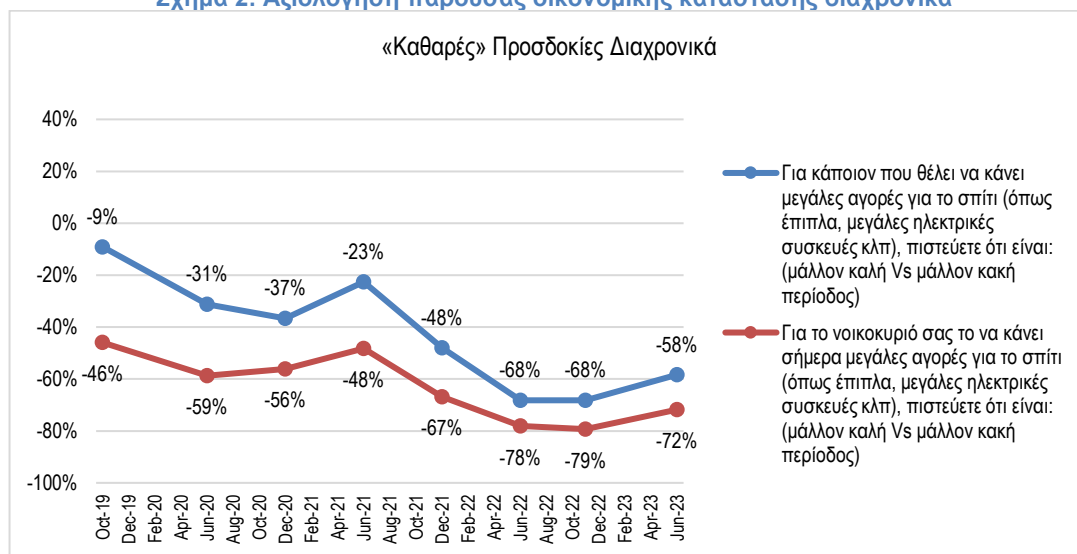
Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος ολοκλήρωσε την 8η μελέτη καταγραφής των καταναλωτικών τάσεων στο λιανεμπόριο μέσω της εξαμηνιαίας έρευνας καταναλωτικού κλίματος λιανεμπορίου που πραγματοποιείται με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η έρευνα υλοποιήθηκε με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και έλαβε χώρα την περίοδο 3-5 Ιουνίου 2023 μέσω Πανελλήνιας Έρευνας σε δείγμα 900 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

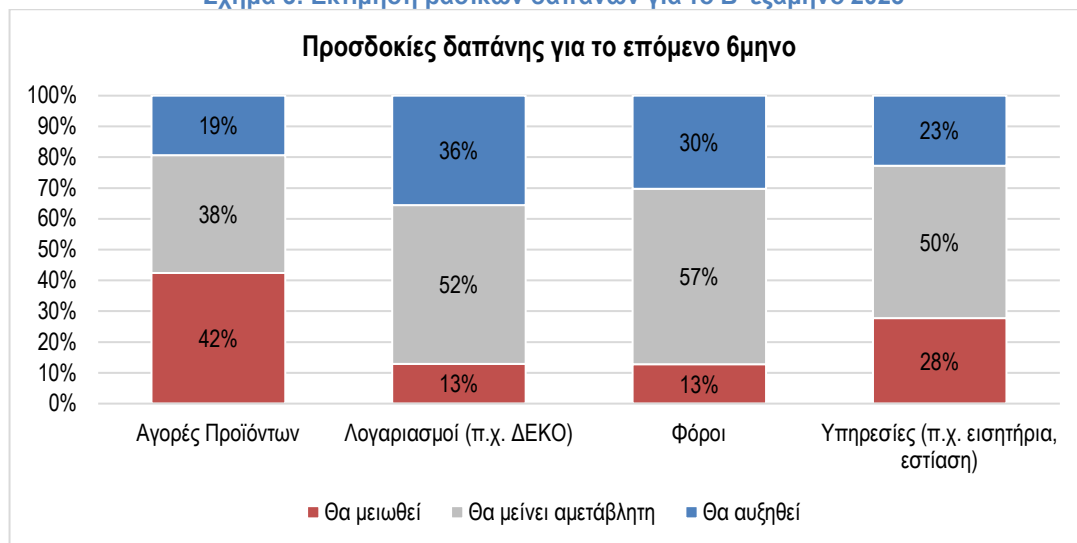


Καταρχάς, ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος λιανικής (σχήμα 1), τον Ιούνιο του 2023 διαμορφώθηκε στο -49, πολύ χαμηλότερα σε σχέση με τον μήνα βάσης, τον Οκτώβριο του 2019, αλλά αυξημένος σχέση με την αντίστοιχη μέτρηση του Ιουλίου 2022 κατά 19 μονάδες. Η συγκεκριμένη εξέλιξη έχει να κάνει τόσο με τις μέχρι σήμερα προσδοκίες των καταναλωτών για το προσεχές διάστημα, όσο και λόγω της παρούσας κατάστασης των καταναλωτών. Συγκεκριμένη ο υπο-Δείκτης παρούσας κατάστασης παρουσίασε μεταβολή από το -57 στο -46, ενώ ο υπό-δείκτης προσδοκιών μεγαλύτερη διόρθωση από -67 σε -54, αλλά και πάλι βρίσκεται χαμηλά. Πρακτικά αυτό που καταγράφεται είναι και χαμηλές προσδοκίες, αλλά και επιβαρυνμένα οικονομικά για τους καταναλωτές, με καλύτερη πορεία βελτίωσης για τις προσδοκίες των καταναλωτών (οι οποίες βέβαια παραμένουν αρνητικές). Οι εξελίξεις αυτές έχουν να κάνουν με τις πληθωριστικές πιέσεις, αγαθών και υπηρεσιών όπως θα φανεί και σε λοιπούς δείκτες.

Σχήμα 2: Αξιολόγηση παρούσας οικονομικής κατάστασης διαχρονικά



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

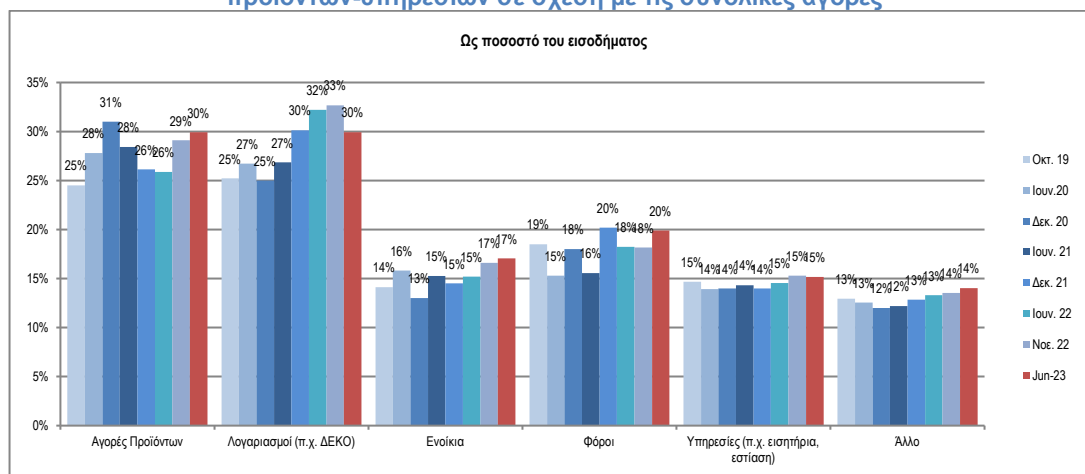


Συγκεκριμένα, όπως αποτυπώνεται και στις επί μέρους ερωτήσεις (σχήμα 2), παρά την αισθητή βελτίωση στα ποσοστά, οι καταναλωτές θεωρούν ότι ακόμη δεν είναι μία

ικανοποιητική περίοδος για να κάνουν μεγάλες αγορές για το σπίτι, τόσο οι ίδιοι, όσο και γενικά.

Αντίθετα οι προσδοκίες για τις δαπάνες είναι αυξητικές, αλλά σχετίζονται κυρίως με δαπάνες εκτός λιανικών αγορών, τον πληθωρισμό και την αύξηση των τιμών. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 3, το 36% εκτιμά ότι το δεύτερο εξάμηνο 2023 οι δαπάνες για λογαριασμούς κοινής ωφέλειας θα είναι αυξημένο. Επίσης, το 42% εκτιμά ότι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων το δεύτερο εξάμηνο 2023 θα είναι μειωμένες, ενώ μόλις το 19% ότι θα είναι αυξημένες. Λίγο καλύτερη είναι η εικόνα για τις υπηρεσίες (εισιτήρια, εστίαση) για τις οποίες εκτιμάται μείωση από το 28% των καταναλωτών αύξηση από 23%. Αυξητική είναι η μέτρηση σε σχέση με τη φορολογία για την οποία το 57% εκτιμά ότι θα μείνει αμετάβλητη, το 13% ότι θα παρουσιάσει μείωση και το 30% αύξηση. Πρακτικά τα στοιχεία δείχνουν ότι οι καταναλωτές αναμένουν μείωση των δαπανών για να καλύψουν τις βασικές τους ανάγκες και μικρή αύξηση για δαπάνες διασκέδασης και ανησυχία για τις λοιπές δαπάνες παγίων εξόδων.

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 μαζί με τις αγορές προϊόντων την μεγαλύτερη δαπάνη τους ως ποσοστό του εισοδήματός τους. Συγκεκριμένα, αποτελούν 30% των δαπανών, οι δαπάνες αγορών προϊόντων με αύξηση, ενώ οι δαπάνες λογαριασμών με μείωση. Σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες δαπανών, καταγράφεται μια ελαφρώς αυξητική τάση, όμως οι δαπάνες για λογαριασμούς, ενοίκια και φόρους αντιπροσωπεύουν πλέον το 70% του συνολικού οικογενειακού εισοδήματος.

Τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφουν ένα καταναλωτικό κοινό πιεσμένο, σε ένα μεταβατικό στάδιο, με βασική ανησυχία τις πληθωριστικές πιέσεις σε προϊόντα και ένα αρνητικό, αλλά βελτιούμενο καταναλωτικό κλίμα και στην αγορά της λιανικής στην Ελλάδα.