



Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος

Δελτίο Τύπου

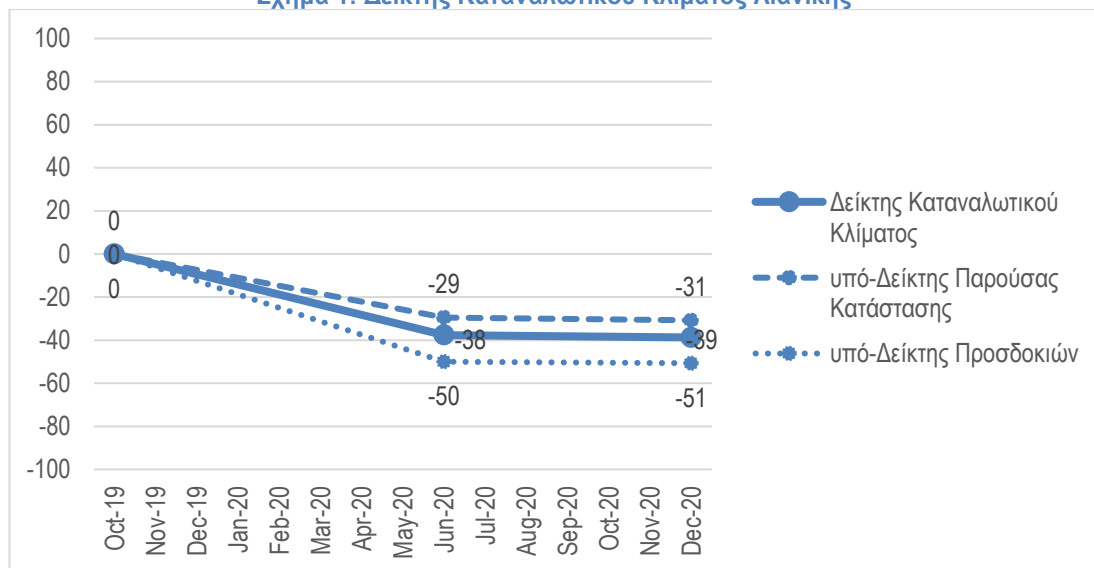
12/1/2021

Έρευνα καταναλωτικών τάσεων ΣΕΛΠΕ:

- Παραμένει αρνητικό το καταναλωτικό κλίμα το τελευταίο εξάμηνο και με χαμηλές προσδοκίες για το επόμενο 6μηνο
- 7 στα 10 νοικοκυριά ξοδεύουν μηνιαία άνω του 80% του εισοδήματός τους
- Το 50% των δαπανών πλέον για τρόφιμα
- 1 στους 2 καταναλωτές θα μειώσει τις δαπάνες για αγορά προϊόντων το επόμενο εξάμηνο

Ο Σύνδεσμος Επιχειρήσεων & Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος ολοκλήρωσε την 3η 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 2020 μέσω Πανελληνίας Έρευνας σε δείγμα 916 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.

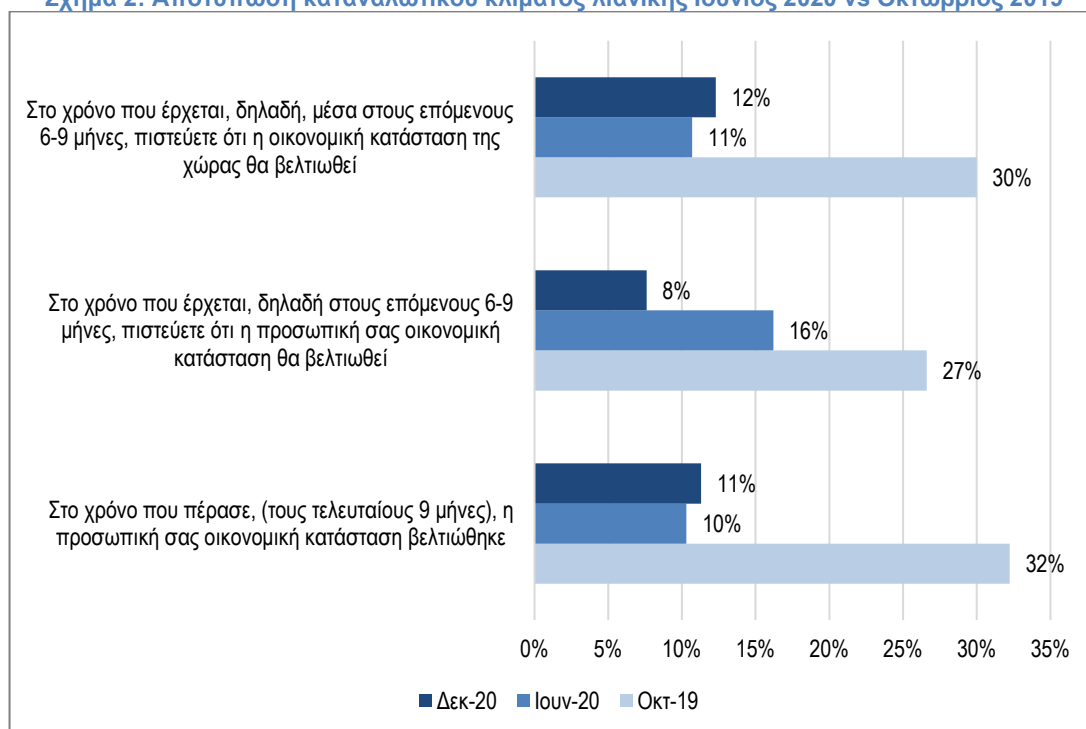
Σχήμα 1: Δείκτης Καταναλωτικού Κλίματος Λιανικής



Καταρχάς, ο δείκτης καταναλωτικού κλίματος λιανικής, τον Δεκέμβριο του 2020 διαμορφώθηκε στο -39, σαφώς μειωμένος σε σχέση με τον μήνα βάσης, τον Οκτώβριο του 2019 και ελαφρώς μειωμένος σχέση με τη μέτρηση του Ιουνίου 2020. Όπως φαίνεται, η συγκεκριμένη εξέλιξη δεν έχει να κάνει τόσο με τις μέχρι σήμερα οικονομικές εξελίξεις, αλλά κυρίως λόγω των μειωμένων προσδοκιών των καταναλωτών για το προσεχές διάστημα. Συγκεκριμένη η μείωση στον υπο-Δείκτη παρούσας κατάστασης ήταν περιορισμένη στο -31, ενώ αντίθετα ο υπό-δείκτης προσδοκιών παρουσίασε μεγάλη πτώση και έπεσε στο -51.

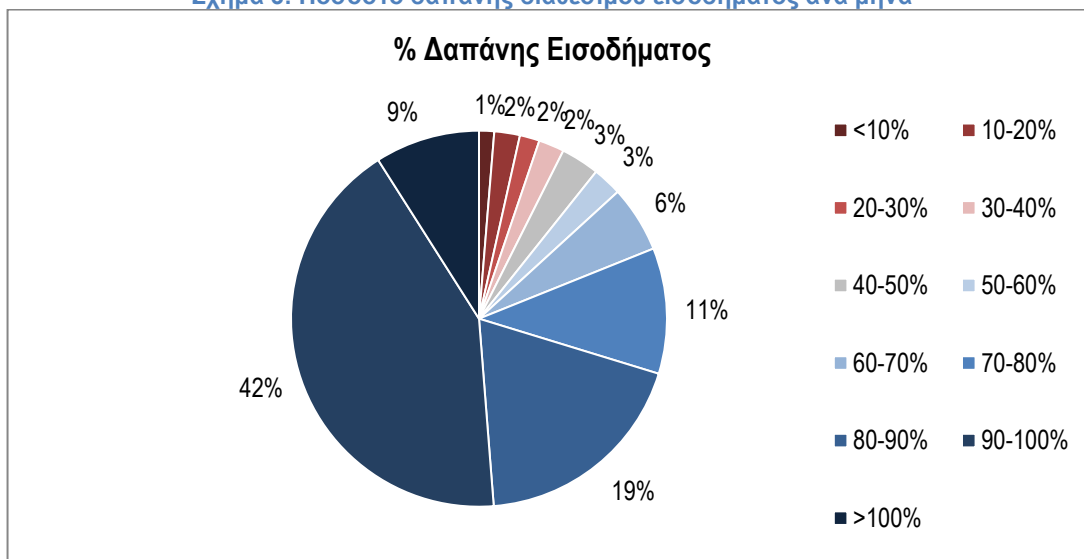
Αυτό σημαίνει ότι μέχρι σήμερα η διαχείριση του οικονομικού σκέλους της κρίσης του COVID-19 οδήγησε σε μία οικονομική κατάσταση των καταναλωτών σαφώς χειρότερη σε σχέση με το προηγούμενο έτος, αλλά που προκαλεί μεγαλύτερη ανησυχία σε σχέση στο καταναλωτικό κοινό για το επερχόμενο χρονικό διάστημα. Αυτό άλλωστε αποτυπώνεται και στις επί μέρους ερωτήσεις (σχήμα 2), όπου φαίνεται ότι τόσο τον προηγούμενο χρόνο η οικονομική κατάσταση μεγάλου μέρους του καταναλωτικού κοινού χειροτέρεψε (πτώση ποσοστού από 32% σε 11%), όσο και ότι το επόμενο 6μηνο η εκτίμηση μεγάλου μέρους του καταναλωτικού κοινού είναι ότι θα χειροτερέψει ακόμα περισσότερο για τους ίδιους και τη χώρα (πτώση από 30% σε 12% και από 27% σε 8%).

Σχήμα 2: Αποτύπωση καταναλωτικού κλίματος λιανικής Ιούνιος 2020 vs Οκτώβριος 2019



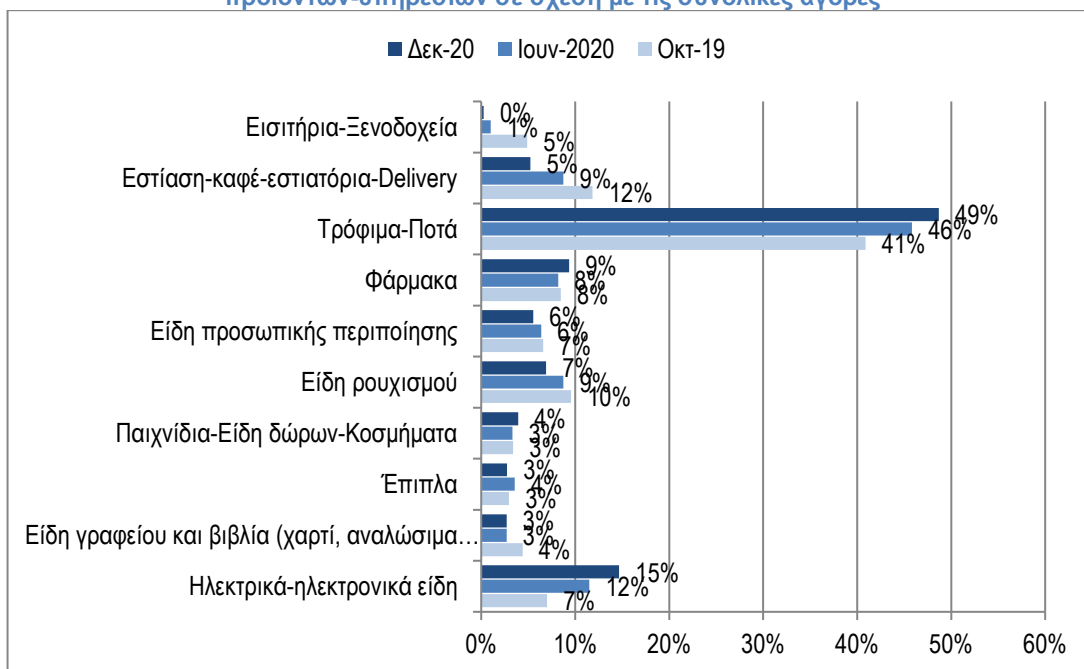
Καταγράφεται επίσης η οικονομική πίεση που ήδη αντιμετωπίζει το Ελληνικό καταναλωτικό κοινό. Όπως φαίνεται στο σχήμα 3, το 70% του κοινού ξοδεύει πάνω από το 80% του διαθέσιμου εισοδήματός του σε μηνιαία βάση, ενώ το 9% ξοδεύει πάνω από 100%, πρακτικά δηλαδή δανείζεται με κάποιον τρόπο για να καλύψει τις ανάγκες του.

Σχήμα 3: Ποσοστό δαπάνης διαθέσιμου εισοδήματος ανά μήνα



Οι δαπάνες για αγορές προϊόντων αντιπροσωπεύουν περίπου το 31% των συνολικών δαπανών. Στην κατανομή των λιανικών αγορών στις παραπάνω δαπάνες αποτυπώνεται η επίδραση της κρίσης του COVID-19. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 4, η κύρια κατηγορία αγορών όσον αφορά τις δαπάνες, οι οποίες αντιπροσωπεύουν περίπου τη μισή αξία, είναι τα τρόφιμα και ποτά με ποσοστό 49% με αύξηση από 41% το 2019. Η εστίαση η οποία πέρυσι βρισκόταν στη δεύτερη θέση υποχωρεί από 12% σε 5% και τα εισιτήρια ξενοδοχεία από 5% σε μόλις 1%. Αντίθετα, αύξηση παρουσιάζουν τα ηλεκτρικά-ηλεκτρονικά είδη από 7% σε 15%, κάτι που αντικατοπτρίζει τις αγορές της περιόδου Black Friday.

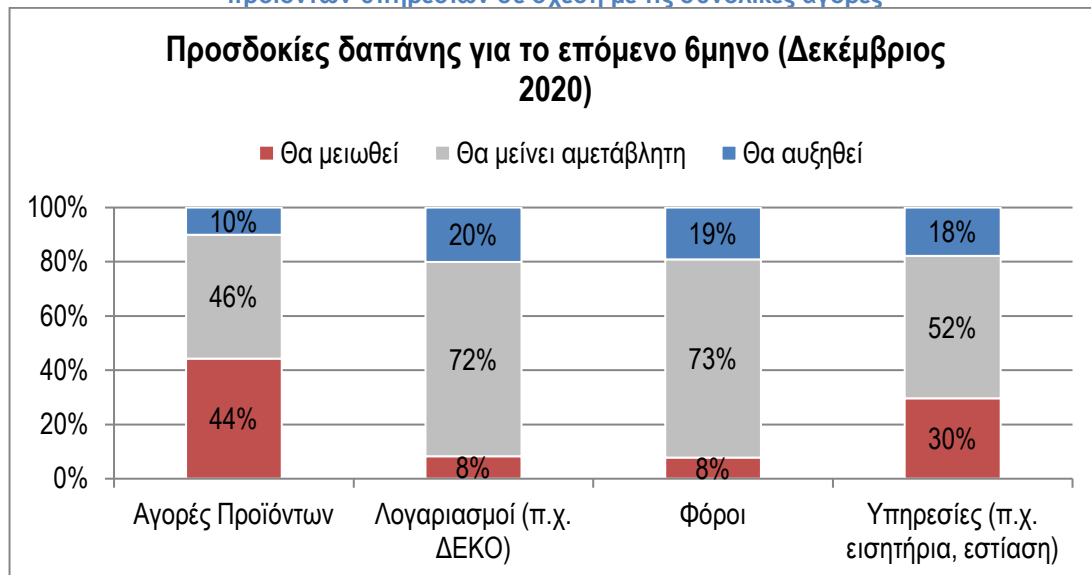
Σχήμα 4: Εκτίμηση κατανομής μηνιαίων λιανικών αγορών σε σημαντικές κατηγορίες προϊόντων-υπηρεσιών σε σχέση με τις συνολικές αγορές



Οι προσδοκίες για τις δαπάνες είναι επίσης αρνητικές. Όπως καταγράφεται στο σχήμα 5, το 44% εκτιμά ότι οι δαπάνες για αγορές προϊόντων το πρώτο εξάμηνο

2021 θα είναι μειωμένες, ενώ μόλις το 10% ότι θα είναι αυξημένες. Το ίδιο ισχύει για τις υπηρεσίες (εισητήρια, εστίαση) για τα οποία επίσης εκτιμάται από το 30% του κοινού μείωση – παρότι είναι ήδη κλειστοί οι κλάδοι αυτοί – και μόλις 18% αύξηση. Αυξητική τάση καταγράφεται όμως για τις πάγιες δαπάνες όπως λογαριασμοί (20% αύξηση έναντι 8% μείωση) και φορολογία (19% αύξηση έναντι 8% μείωση).

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 6μηνο και την μεγάλη επίδραση της κρίσης του COVID-19 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