

Αθήνα, 2 Σεπτεμβρίου 2022

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Αποτελέσματα έρευνας θερινών εκπτώσεων 2022:

«Ο Τουρισμός δεν κατόρθωσε να αντισταθμίσει τις πιέσεις από τις ανατιμήσεις και την κρίση ενέργειας»

Οι θερινές εκπτώσεις του 2022 ολοκληρώθηκαν σε ένα περιβάλλον πολλαπλών αντιφάσεων. Η κρίση στην αγορά ενέργειας φαίνεται πως επιδρά χωρίς χρονική υστέρηση και με διττό τρόπο στη λειτουργία των εμπορικών επιχειρήσεων: Άμεσα, λόγω της αύξησης του λειτουργικού κόστους και έμμεσα λόγω της απομείωσης της εσωτερικής ζήτησης, εξαιτίας της πτώσης του διαθέσιμου εισοδήματος. Επιπρόσθετα, η πληθωριστική κρίση, η οποία έχει ενταθεί λόγω της εισβολής της Ρωσίας στην Ουκρανία, επηρεάζει καθοδικά τις προσδοκίες για το χειμώνα, καθιστώντας τα καταναλωτικά πρότυπα περισσότερο συσταλτικά. Από την άλλη πλευρά, η εντυπωσιακή αύξηση των τουριστικών αφίξεων και εισπράξεων τονώνει σημαντικά την εξωτερική ζήτηση, τόσο σε σύγκριση με το 2020, κυρίως, αλλά και το 2021. Ως εκ τούτου, οι τουριστικές αγορές καταγράφουν αρκετά πιο έντονη δυναμική ανάκτησης σε σύγκριση με τις περισσότερο περιφερειακές αγορές, γεγονός το οποίο τεκμηριώνει τις χωρικές ανισότητες που φαίνεται πως επιταχύνει η ενεργειακή κρίση στο οικοσύστημα του λιανικού εμπορίου. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνονται από τις έρευνες των κατά τόπους Εμπορικών Συλλόγων.

Στο πλαίσιο αυτό, το INEMY-ΕΣΕΕ πραγματοποίησε την καθιερωμένη, 9^η κατά σειρά, περιοδική έρευνα για τις θερινές εκπτώσεις του 2022. Όπως συνάγεται από τα αποτελέσματα της έρευνας, διαφαίνεται μια διακοπή της πορείας προς την κανονικότητα που είχε αρχίσει να διαφαίνεται στην αντίστοιχη περυσινή έρευνα. Είναι σαφές ότι οι εξελίξεις στο λιανικό εμπόριο θα εξαρτηθούν τόσο από την πορεία του πληθωρισμού όσο και από την άμβλυση των γεωπολιτικών εντάσεων και συγκρούσεων.

Σύνοψη αποτελεσμάτων

- Περισσότερες από τις μισές εμπορικές επιχειρήσεις (52%) που συμμετείχαν στις εκπτώσεις κατέγραψαν χαμηλότερες πωλήσεις σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο πέρυσι. Το 29% των επιχειρήσεων κινήθηκαν στα ίδια επίπεδα με το 2021, ενώ το 18% σημείωσε αύξηση κύκλου εργασιών (Πίνακας 1 και Διάγραμμα 1A).
- Ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν από τις επιδόσεις των επιχειρήσεων ανά μεγάλη γεωγραφική περιοχή. Οι νησιωτικές περιοχές φαίνεται να είχαν **καλύτερες επιδόσεις** σε σχέση με την υπόλοιπη χώρα εξαιτίας της τουριστικής κίνησης, η οποία φέτος κινήθηκε σε πολύ υψηλά επίπεδα σε σχέση με τα δύο τελευταία έτη. Φαίνεται δηλαδή πως ο τουρισμός λειτούργησε ευεργετικά για τις πωλήσεις των επιχειρήσεων, χωρίς όμως να καταφέρει να αντισταθμίσει πλήρως τις απώλειες από την κρίση ενέργειας, τις πληθωριστικές πιέσεις και τους κλυδωνισμούς στην εφοδιαστική αλυσίδα (Διάγραμμα 1B).
- Οι εξελίξεις αυτές επιβεβαιώνονται και από την πτώση της επισκεψιμότητας στα καταστήματα, με περισσότερα από τα μισά (52%) να διαπιστώνουν υποχώρησή της. Ταυτόχρονα, το 24% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι η επισκεψιμότητα διαμορφώθηκε στα ίδια επίπεδα με πέρυσι (Πίνακας 2 και Διάγραμμα 2).
- Τα παραπάνω ευρήματα προβληματίζουν ως προς τις δυνατότητες ανάκαμψης της εμπορικής αγοράς. Ωστόσο, δεν πρέπει να λησμονούνται δύο παράμετροι: Αφενός, το γεγονός η σύγκριση διεξάγεται με τις θερινές εκπτώσεις του 2021, οπότε οι πωλήσεις είχαν παρουσιάσει εφήμερη μεγέθυνση λόγω της επιστροφής σε «σχετική κανονικότητα» (Πίνακας 3). Αφετέρου, η αγορά βρίσκεται φέτος αντιμέτωπη με ισχυρές πληθωριστικές πιέσεις με αρνητικές επιπτώσεις στο πραγματικό εισόδημα και κατ' επέκταση στην αγοραστική δύναμη αλλά και στις προσδοκίες.
- Επιπρόσθετα, τα εν λόγω αποτελέσματα είναι σε αρμονία με το ερώτημα για το βαθμό προσέγγισης του κύκλου εργασιών των θερινών εκπτώσεων σε σχέση με τον αντίστοιχο κύκλο εργασιών του 2019, του τελευταίου κανονικού έτους πριν την πανδημία. Μόλις το 2% των επιχειρήσεων δήλωσε πως ξεπέρασε τον τζίρο του 2019, ενώ το 44% σημείωσε πως δεν τον προσέγγισε καθόλου ή τον προσέγγισε σε μικρό μόνο βαθμό (Πίνακας 4 και Διάγραμμα 3).

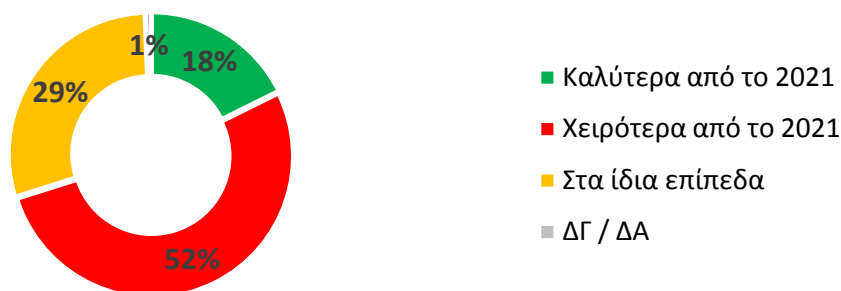
- Για τις μισές επιχειρήσεις (50%) η καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης ήταν ο **Ιούλιος**, εικόνα που έχει παγιωθεί τα τελευταία χρόνια (Πίνακας 5, Διάγραμμα 4). Ωστόσο φέτος, το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου κινήθηκε αξιοσημείωτα ανοδικά συγκριτικά με παλαιότερα.
- Δεν παρουσιάστηκαν μεταβολές σχετικά με το ύψος του ποσοστού έκπτωσης καθώς το 30% των επιχειρήσεων προχώρησε σε εκπτώσεις μεταξύ 21% και 30%. Εντούτοις, ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων (30%) υιοθέτησε εκπτώσεις άνω του 41%, χαρακτηριστική ένδειξη των πιέσεων στον κλάδο και της ανάγκης για εύρεση ρευστότητας (Πίνακας 6 και Διάγραμμα 5).
- Οι πωλήσεις του 61% των επιχειρήσεων ήταν χαμηλότερες από ότι αυτές ανέμεναν, παρά τις αρνητικές προσδοκίες που είχαν δημιουργηθεί εξαιτίας του κύματος των ανατιμήσεων και της διόγκωσης του κόστους ενέργειας (Πίνακας 7 και Διάγραμμα 6). Εξάλλου, για το 73% των επιχειρήσεων η αύξηση του κόστους ενέργειας τους επηρεάζει αρνητικά από πολύ έως πάρα πολύ, σε αντίθεση μάλιστα με το γεγονός ότι ο κλάδος δεν θεωρείται έντασης ενέργειας (Πίνακας 8 και Διάγραμμα 7).
- Για το 67% των επιχειρήσεων η αύξηση του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης κατά το τελευταίο εξάμηνο (από το Μάρτιο του 2022 και έπειτα) **κυμάνθηκε μεταξύ 11% και 40%** (Πίνακας 9, Διάγραμμα 8). Η συγκεκριμένη επιβάρυνση σε ένα τόσο σύντομο χρονικό διάστημα υπογραμμίζει το μέγεθος του προβλήματος λόγω των ανατιμήσεων, παρά τα κρατικά μέτρα ελάφρυνσης και πριν την έλευση του ενεργοβόρου χειμώνα, ενώ την ίδια στιγμή θέτει εν αμφιβόλω τη βιωσιμότητα των ίδιων των επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, αναδεικνύεται η ανάγκη ενεργειακής θωράκισης και διατήρησης των πολιτικών στήριξης μέσω στοχευμένων παρεμβάσεων.
- Οι αυξήσεις των τιμών ενέργειας σε συνδυασμό με τις ισχυρές αναταράξεις στην εφοδιαστική αλυσίδα **οδήγησαν σε διόγκωση των τιμών των προμηθευτών προς τις εμπορικές επιχειρήσεις**. Για το 80% των επιχειρήσεων οι τιμές των εμπορευμάτων αυξήθηκαν από 6% έως 30% από το Μάρτιο του 2022 και έπειτα (Πίνακας 10, Διάγραμμα 9). Ενδεικτικά αναφέρεται πως οι επιχειρήσεις οι οποίες στην έρευνα των χειμερινών εκπτώσεων του 2022 (Μάρτιος 2022) δήλωσαν πως αγοράζουν στις ίδιες τιμές τα εμπορεύματα από τους προμηθευτές ανέρχονταν στο 19% έναντι 2% μετά μόλις έξι μηνών.

- Στο πλαίσιο των έντονων πληθωριστικών πιέσεων, **σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις (45%) κατόρθωσαν να απορροφήσουν**, έστω και εν μέρει, τις αυξήσεις των τιμών των εμπορευμάτων, ώστε αυτή να μην περάσει εξολοκλήρου στη τελική τιμή (Πίνακας 11, Διάγραμμα 10). Το 17% των επιχειρήσεων μάλιστα κατόρθωσε να απορροφήσει πλήρως την αύξηση των τιμών των προμηθευτών. Το 44% των επιχειρήσεων απορρόφησε από 11% έως 30% των αυξημένων τιμών ώστε να μην επιβαρυνθούν οι καταναλωτές, ενώ το 21% των επιχειρήσεων απορρόφησε από 41% έως 70%.

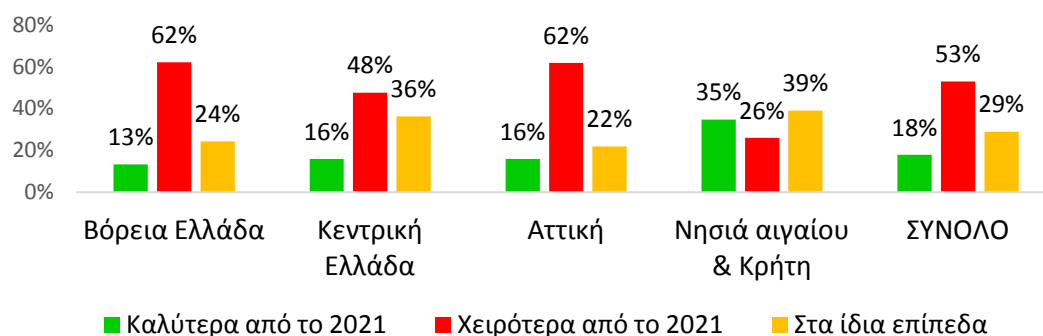
Πίνακες και Διαγράμματα

Πίνακας 1: Πως κινήθηκαν οι πωλήσεις σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με το 2021;	Ποσοστό
Καλύτερα από το 2021	18%
Χειρότερα από το 2021	52%
Στα ίδια επίπεδα	29%
ΔΓ / ΔΑ	1%
Σύνολο	100%

Διάγραμμα 1Α: Πως κινήθηκαν οι πωλήσεις σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με το 2021



Διάγραμμα 1Β: Πως κινήθηκαν οι πωλήσεις σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων σε σύγκριση με το 2021, ανά Μεγάλη Γεωγραφική περιοχή

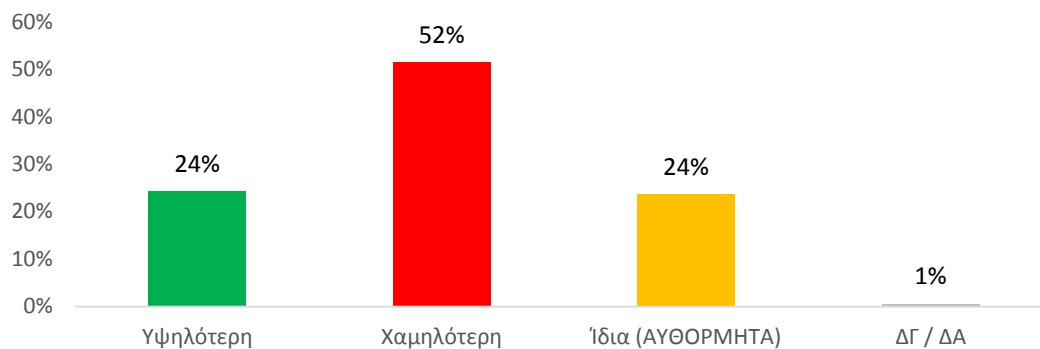


1

¹ Τα δεδομένα επιτρέπουν την ενδεικτική σύγκριση μεταξύ των μεγάλων γεωγραφικών περιοχών χωρίς όμως να προσφέρονται για τη γενίκευση των συμπερασμάτων για κάθε γεωγραφική περιοχή ξεχωριστά.

Πίνακας 2: Θεωρείτε ότι η επισκεψιμότητα στο κατάστημά σας κατά την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων είναι σε υψηλότερα ή χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με το 2021;	<i>Ποσοστό</i>
Υψηλότερη	24%
Χαμηλότερη	52%
Ίδια (ΑΥΘΟΡΜΗΤΑ)	24%
ΔΓ / ΔΑ	1%
Σύνολο	100%

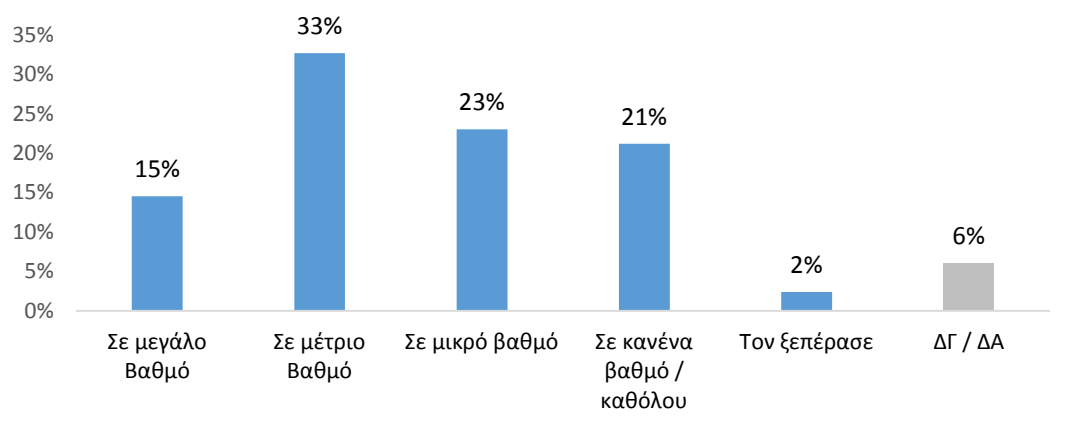
Διάγραμμα 2: Θεωρείτε ότι η επισκεψιμότητα στο κατάστημά σας κατά την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων είναι σε υψηλότερα ή χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με το 2021



Πίνακας 3: Πωλήσεις σε σύγκριση με την αντίστοιχη περσινή περίοδο (%), θερινές εκπτώσεις των ετών 2019 έως 2022				
Κίνηση Πωλήσεων	2019	2020	2021	2022
Καλύτερα	12%	4%	34%	18%
Στα ίδια επίπεδα	35%	14%	21%	29%
Χειρότερα	52%	81%	44%	52%

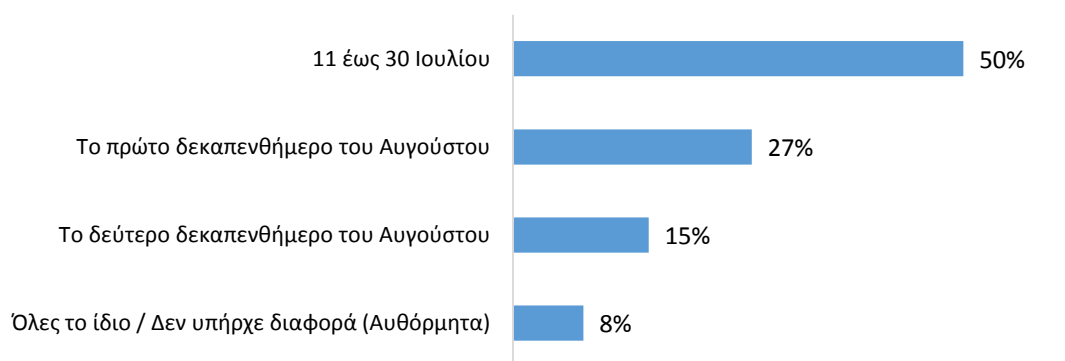
Πίνακας 4: Σε ποιο βαθμό ο τζίρος των θερινών εκπτώσεων έχει προσεγγίσει τον αντίστοιχο τζίρο (θερινών) του 2019;	<i>Ποσοστό</i>
Σε μεγάλο Βαθμό	15%
Σε μέτριο Βαθμό	33%
Σε μικρό βαθμό	23%
Σε κανένα βαθμό / καθόλου	21%
Τον ξεπέρασε	2%
ΔΓ / ΔΑ	6%
Σύνολο	100%

Διάγραμμα 3: Σε ποιο βαθμό ο τζίρος των θερινών εκπτώσεων έχει προσεγγίσει τον αντίστοιχο τζίρο (θερινών) του 2019

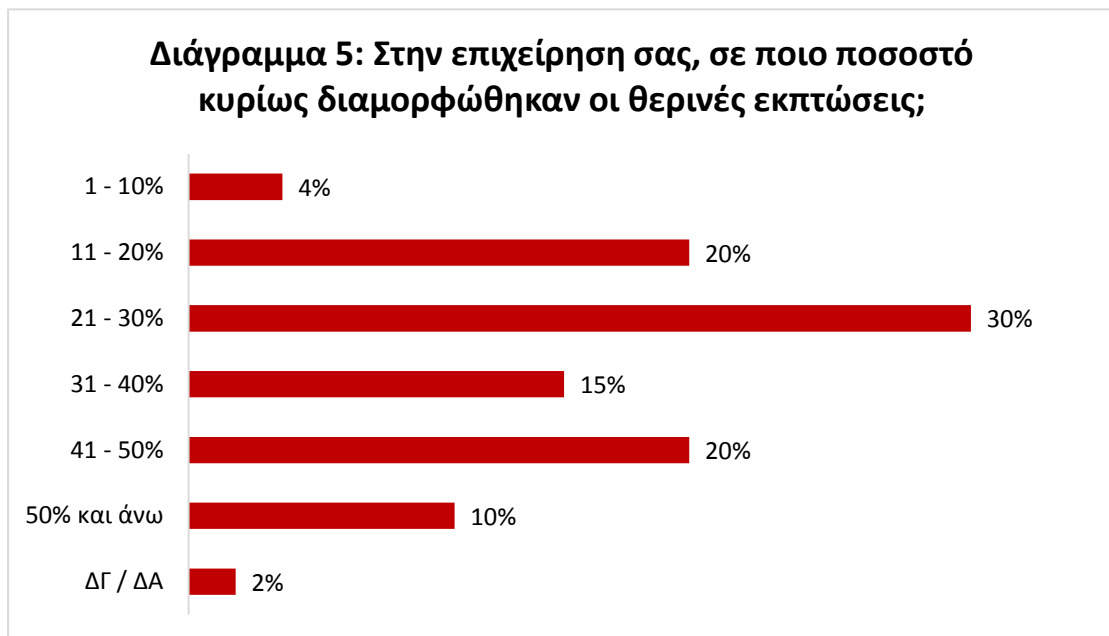


Πίνακας 5: Ποια ήταν κατά τη γνώμη σας η καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης;	<i>Ποσοστό</i>
11 έως 30 Ιουλίου	50%
Το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου	27%
Το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου	15%
Όλες το ίδιο / Δεν υπήρχε διαφορά (Αυθόρμητα)	8%
ΔΓ / ΔΑ	0%
Σύνολο	100%

Διάγραμμα 4: Ποια ήταν κατά τη γνώμη σας η καλύτερη περίοδος των εκπτώσεων από άποψη αγοραστικής κίνησης

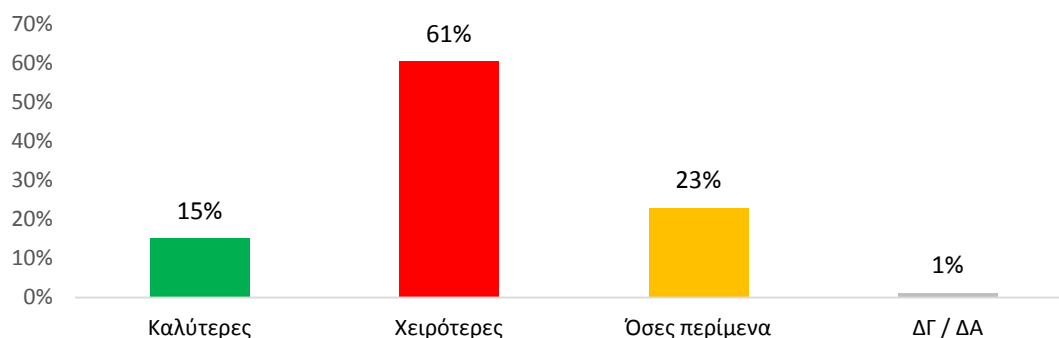


Πίνακας 6: Στην επιχείρησή σας, σε ποιο ποσοστό κυρίως διαμορφώθηκαν οι θερινές εκπτώσεις;	<i>Ποσοστό</i>
1 - 10%	4%
11 - 20%	20%
21 - 30%	30%
31 - 40%	15%
41 - 50%	20%
50% και άνω	10%
ΔΓ / ΔΑ	2%
Σύνολο	100%



Πίνακας 7: Δεδομένης της πρόσφατης κρίσης στις τιμές ενέργειας, θεωρείτε ότι οι πωλήσεις της επιχείρησής σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων είναι καλύτερες ή χειρότερες από εκείνες που αναμένετε;	<i>Ποσοστό</i>
Καλύτερες	15%
Χειρότερες	61%
Όσες περίμενα	23%
ΔΓ / ΔΑ	1%
Σύνολο	100%

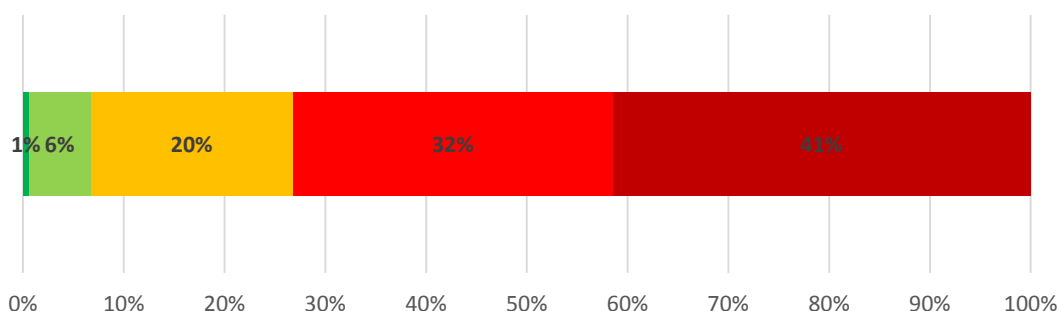
Διάγραμμα 6: Δεδομένης της πρόσφατης κρίσης στις τιμές ενέργειας, θεωρείτε ότι οι πωλήσεις της επιχείρησής σας την περίοδο των φετινών θερινών εκπτώσεων είναι καλύτερες ή χειρότερες από εκείνες που αναμένατε



Πίνακας 8: Σε μία κλίμακα από το 1 έως το 5 που 1 σημαίνει καθόλου και 5 πάρα πολύ σε τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάζουν αρνητικά την επιχείρησή σας οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος;	Ποσοστό
Καθόλου	1%
Λίγο	6%
Ούτε λίγο - Ούτε πολύ	20%
Πολύ	32%
Πάρα πολύ	41%
ΔΓ / ΔΑ	0%
Σύνολο	100%

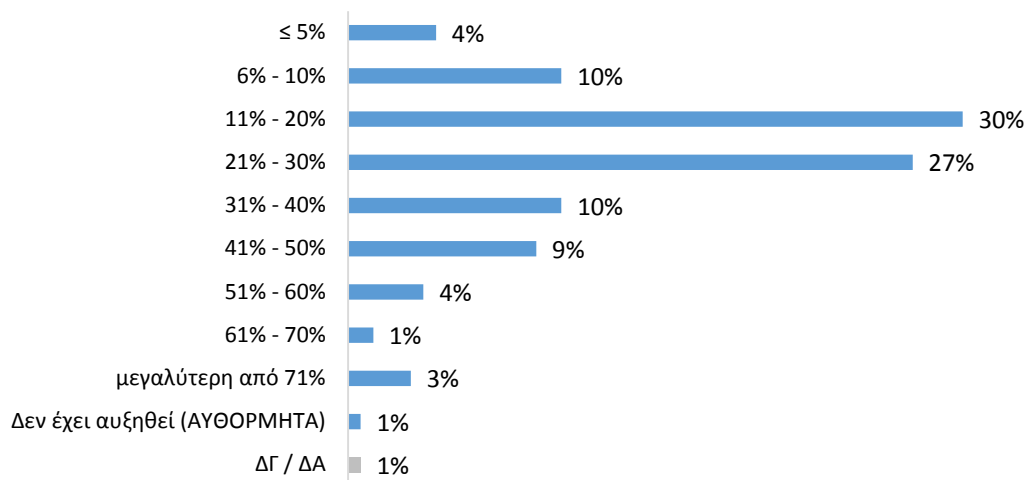
Διάγραμμα 7: Τι βαθμό θα λέγατε ότι επηρεάζουν αρνητικά την επιχείρησή σας οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος

■ Καθόλου ■ Λίγο ■ Ούτε λίγο - Ούτε πολύ ■ Πολύ ■ Πάρα πολύ



Πίνακας 9: Σε ποιο ποσοστό έχει αυξηθεί το λειτουργικό κόστος της επιχείρησής σας κατά το τελευταίο εξάμηνο (από το Μάρτιο και έπειτα);	Ποσοστό
≤ 5%	4%
6% - 10%	10%
11% - 20%	30%
21% - 30%	27%
31% - 40%	10%
41% - 50%	9%
51% - 60%	4%
61% - 70%	1%
μεγαλύτερη από 71%	3%
Δεν έχει αυξηθεί	1%
ΔΓ / ΔΑ	1%
Σύνολο	100%

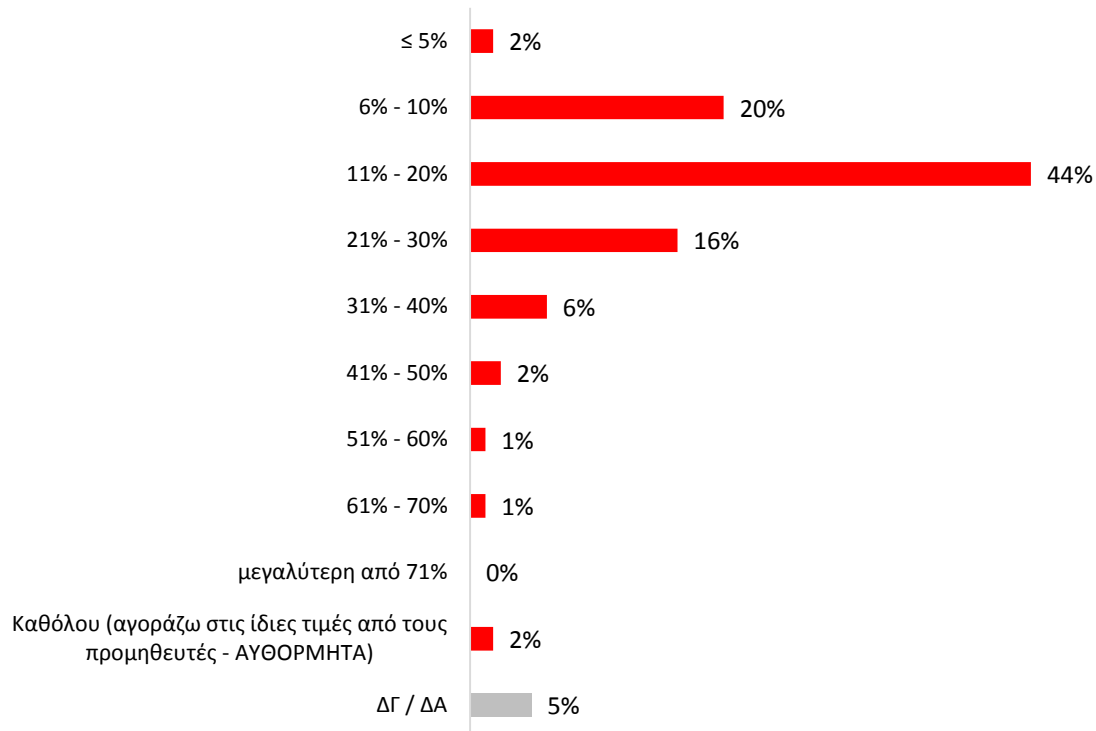
Διάγραμμα 8: Σε ποιο ποσοστό έχει αυξηθεί το λειτουργικό κόστος της επιχείρησής σας κατά το τελευταίο εξάμηνο (από το Μάρτιο και έπειτα)



Πίνακας 10: Το τελευταίο εξάμηνο (από το Μάρτιο και έπειτα) ποιο είναι το ύψος της αύξησης των τιμών αγοράς των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές σας;	Ποσοστό
≤ 5%	2%
6% - 10%	20%
11% - 20%	44%
21% - 30%	16%
31% - 40%	6%
41% - 50%	2%
51% - 60%	1%
61% - 70%	1%

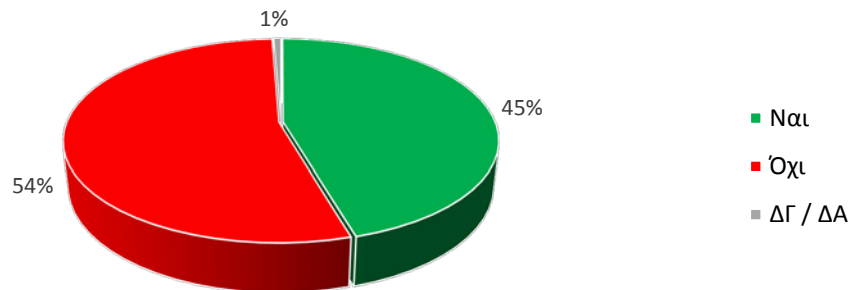
μεγαλύτερη από 71%	0%
Καθόλου (αγοράζω στις ίδιες τιμές από τους προμηθευτές - ΑΥΘΟΡΜΗΤΑ)	2%
ΔΓ / ΔΑ	5%
Σύνολο	100%

Διάγραμμα 9: Το τελευταίο εξάμηνο (από το Μάρτιο και έπειτα) ποιο είναι το ύψος της αύξησης των τιμών αγοράς των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές σας



Πίνακας 11: Μπορέσατε να απορροφήσετε την αύξηση ή τμήμα αυτής, ώστε να μην περάσει στην τελική τιμή πώλησης των εμπορευμάτων της επιχείρησής σας;	<i>Ποσοστό</i>
Ναι	45%
Όχι	54%
ΔΓ / ΔΑ	1%
Σύνολο	100%

Διάγραμμα 10: Μπορέσατε να απορροφήσετε την αύξηση ή τμήμα αυτής, ώστε να μην περάσει στην τελική τιμή πώλησης των εμπορευμάτων της επιχείρησής σας



Η ταυτότητα της έρευνας: Η έρευνα ήταν τηλεφωνική με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου σε δείγμα 350 επιχειρήσεων που συμμετείχαν στις θερινές εκπτώσεις και δραστηριοποιούνταν στον οικιακό εξοπλισμό, στα ψυχαγωγικά/ επιμορφωτικά είδη και στην ένδυση/ υπόδηση. Το δείγμα καθορίστηκε βάσει στρωματοποιημένης δειγματοληψίας σύμφωνα με τη δραστηριότητα και τη γεωγραφική περιοχή της επιχείρησης.