

---

## Alpha Bank: Λιανεμπόριο, επιχειρηματικές τάσεις και καταναλωτική συμπεριφορά στην Ελλάδα

---

2023/05/04 15:19 στην κατηγορία ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

---

Η νέα μελέτη της σειράς Sectors in focus της Διεύθυνσης Οικονομικών Μελετών της Alpha Bank αφορά τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, τις επιχειρηματικές τάσεις που διαγράφονται σε αυτόν μέσα από τις τρέχουσες εξελίξεις, την διείσδυση της τεχνολογίας και της ψηφιοποίησης, τις πρακτικές βιωσιμότητας, αλλά και τις καταναλωτικές συνήθειες των ελληνικών νοικοκυριών.

Στο **πρώτο μέρος** της μελέτης παρουσιάζονται τα βασικά διαρθρωτικά στοιχεία του λιανικού εμπορίου και επισημαίνεται ο κρίσιμος ρόλος του ως ένας από τους βασικότερους πυλώνες απασχόλησης για την ελληνική οικονομία.

Καταγράφεται η διάρθρωση του λιανικού εμπορίου ανά επιμέρους υποκλάδο, αναλύονται τα κύρια χαρακτηριστικά του καθενός και η συμβολή τους στα κύρια μεγέθη του λιανεμπορίου, τα βασικά χρηματοοικονομικά μεγέθη τους και οι κύριοι παίκτες της αγοράς.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται διάφορες ρυθμίσεις του θεσμικού πλαισίου που καθορίζει τη λειτουργία του κλάδου, όπως η Ενιαία Ψηφιακή Αγορά της ΕΕ, στοιχεία από το κανονιστικό πλαίσιο για την τιμολόγηση και τη φορολογική πολιτική επί των προϊόντων λιανικής, αλλά και ρυθμιστικές λειτουργίες της προστασίας του καταναλωτή.

Στο **δεύτερο μέρος** της μελέτης αποτυπώνεται η εξέλιξη της ζήτησης στην Ελλάδα εν γένει αλλά και συγκεκριμένα για τα προϊόντα λιανικής και καταγράφονται οι καταναλωτικές τάσεις και συνήθειες, καθώς και οι εξελίξεις στις τιμές ιδιαίτερα μετά την πανδημία και την πρόσφατη γεωπολιτική / ενεργειακή κρίση.

Η μελέτη ολοκληρώνεται με τον ρόλο που παίζουν η ψηφιοποίηση, οι νέες τεχνολογίες και οι διάφορες πρακτικές βιωσιμότητας επιχειρήσεων και καταναλωτών στον τρόπο με τον οποίο αλληλοεπιδρούν με το λιανικό εμπόριο, δημιουργώντας νέες τάσεις ή ενισχύοντας τις υπάρχουσες, όπως τις διαδικτυακές αγορές και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Τέλος, παρατίθενται προτάσεις πολιτικής για την ανάδειξη των νέων τάσεων στον κλάδο, καθώς και η ανάλυση SWOT για τα δυνατά και τα αδύναμα σημεία του.

Η ελληνική οικονομία βασίζεται κυρίως στην ιδιωτική κατανάλωση, η οποία αποτελεί τα 2/3 του ΑΕΠ, καταγράφοντας έτσι το υψηλότερο ποσοστό στις χώρες της ΕΕ.

Τα ελληνικά νοικοκυριά κατανέμουν περίπου το 40% της καταναλωτικής τους δαπάνης στην κάλυψη των βασικών τους αναγκών (τρόφιμα, ποτά, δαπάνες για στέγαση, ύδρευση και ενέργεια), ενώ η αγορά ειδών που συνδέονται με το λιανικό εμπόριο, όπως τρόφιμα, ποτά, ένδυση και οικιακός εξοπλισμός, αποτελεί σχεδόν το 1/3 των συνολικών τους αγορών.

Ως εκ τούτου, το λιανικό εμπόριο αποτελεί έναν ζωτικό κρίκο στην αλυσίδα παραγωγής και διανομής, στενά συνδεδεμένο με την καταναλωτική δαπάνη και τις φάσεις ανόδου και καθόδου του οικονομικού κύκλου.

Το λιανικό εμπόριο αποτελεί μέρος του ευρύτερου τομέα του εγχώριου εμπορίου, στο οποίο επίσης ανήκει και το χονδρικό εμπόριο, αλλά και το εμπόριο οχημάτων και ανταλλακτικών, και αντιπροσωπεύει περίπου το 12% της εγχώριας ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας (ΑΠΑ) (2021), με το λιανικό να είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος κλάδος του (38% της ΑΠΑ του συνόλου του εμπορίου ή 5% της ΑΠΑ όλων των οικονομικών δραστηριοτήτων), μετά το χονδρεμπόριο.

Στο λιανικό εμπόριο άλλωστε δραστηριοποιούνται ορισμένες από τις μεγαλύτερες εγχώριες αλυσίδες και επιχειρήσεις σε όρους κύκλου εργασιών και κερδών, όπως σούπερ μάρκετ, πρατήρια καυσίμων, ηλεκτρικές συσκευές, Η/Υ και τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός.

Το λιανικό εμπόριο περιλαμβάνει εννέα επιμέρους υποκλάδους, οι οποίοι διακρίνονται αφενός με βάση τον τρόπο διάθεσης των προϊόντων, δηλαδή εάν αυτά πωλούνται σε φυσικά καταστήματα, σε αγορές, μέσω του Διαδικτύου, κλπ., και αφετέρου με βάση το εύρος των προϊόντων, δηλ. αν αυτά πωλούνται σε καταστήματα που ειδικεύονται σε συγκεκριμένα προϊόντα (πχ. τρόφιμα και ποτά, καύσιμα αυτοκινήτων, ηλεκτρονικός εξοπλισμός, λοιπός οικιακός εξοπλισμός, είδη αναψυχής, έπιπλα κλπ.), ή σε μη ειδικευμένα καταστήματα.

Ο μεγαλύτερος υποκλάδος του λιανικού σε όρους ΑΠΑ, πωλήσεων και απασχόλησης είναι τα μη ειδικευμένα καταστήματα, ο οποίος εκπροσωπείται κατά κύριο λόγο από τα σούπερ μάρκετ, ενώ ο δεύτερος μεγαλύτερος είναι το λιανικό εμπόριο λοιπών ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα.

Το λιανικό εμπόριο δημιουργεί θέσεις εργασίας άμεσα και έμμεσα, ενώ συμβάλλει στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος και την εγχώρια ανάπτυξη, όντας ο

μεγαλύτερος εργοδότης στην Ελλάδα. Το μερίδιο του ελληνικού λιανεμπορίου στο σύνολο της απασχόλησης όλων των οικονομικών κλάδων είναι το υψηλότερο μεταξύ των χωρών της ΕΕ-27, αφού απασχολεί σχεδόν μισό εκατομμύριο εργαζόμενους, ποσοστό που αντιστοιχεί σχεδόν στο 12% του εργατικού δυναμικού της χώρας.

Ωστόσο, ο εγχώριος κλάδος του λιανικού επηρεάστηκε σημαντικά τόσο από την χρηματοοικονομική κρίση του 2009, όσο και από την πανδημία COVID-19. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία, το 2020 σχεδόν το 1/3 των ελληνικών επιχειρήσεων υπό αναστολή λειτουργίας κατά την διάρκεια της πανδημίας ήταν εμπορικά καταστήματα.

Μεταξύ των υποκλάδων του λιανικού εμπορίου, τα πρατήρια καυσίμων υπέστησαν τις βαρύτερες απώλειες σε όρους κύκλου εργασιών, ενώ επίσης σημαντικά επηρεάστηκαν και τα είδη οικιακού εξοπλισμού (υφάσματα, έπιπλα κ.λπ.).

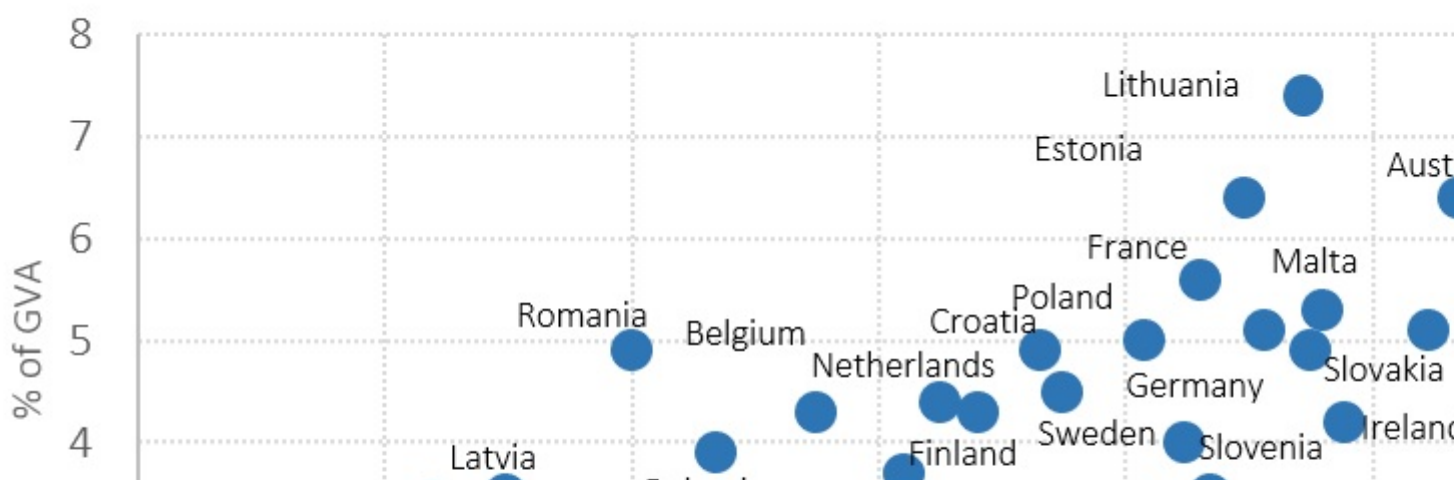
Ωστόσο υπήρξαν κλάδοι, όπως το λιανικό εμπόριο Η/Υ και λογισμικού, οι οποίοι εν μέσω πανδημίας αύξησαν τον τζίρο τους λόγω της διευρυμένης τηλεργασίας και της ανόδου των διαδικτυακών συναλλαγών.

Ενώ η πανδημία προκάλεσε πτώση της ζήτησης και των τιμών, η αύξηση της ζήτησης και η ενεργειακή κρίση που ακολούθησε μετά το πέρας των λοκντάουν αντέστρεψε την τάση αυτή και οδήγησε σε υψηλό πληθωρισμό.

Οι αγοραστικές συνήθειες που σχηματίστηκαν ή ενισχύθηκαν μέσα από τον περιορισμό των μετακινήσεων και το κλείσιμο πολλών φυσικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της πανδημίας συνέβαλαν στη δημιουργία μιας νέας καταναλωτικής συμπεριφοράς, η οποία στηρίχθηκε σε μεγάλο βαθμό στην επέκταση των διαδικτυακών αγορών και του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι έρευνες των καταναλωτών έδειξαν επίσης ότι τα νοικοκυριά, μέσα από τις αγοραστικές τους προτεραιότητες, έδωσαν μεγαλύτερη βαρύτητα στην αγορά προϊόντων με χαμηλότερες τιμές, την αναζήτηση προσφορών και την αύξηση της ζήτησης για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας.

## Retail trade as a % of employment and GVA of



Η ψηφιοποίηση, οι νέες τεχνολογίες, τα νέα πρότυπα κατανάλωσης και οι δεσμεύσεις για τη βιωσιμότητα και το περιβάλλον ανοίγουν το δρόμο για τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών τάσεων και ευκαιριών που καθορίζουν σημαντικά το μέλλον της λιανικής αγοράς.

Όπως και πολλοί άλλοι κλάδοι της οικονομίας τους οποίους επηρεάζουν οι ψηφιακές τεχνολογίες και η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη, έτσι και το λιανικό εμπόριο προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα και τις ανάγκες της αγοράς.

Η αναγνώριση των νέων καταναλωτικών τάσεων από τις λιανικές επιχειρήσεις είναι καθοριστικής σημασίας για την επιβίωσή τους, καθώς **καλούνται να προσαρμόσουν την στρατηγική τους** και να ανταποκριθούν αποτελεσματικά σε αυτές.

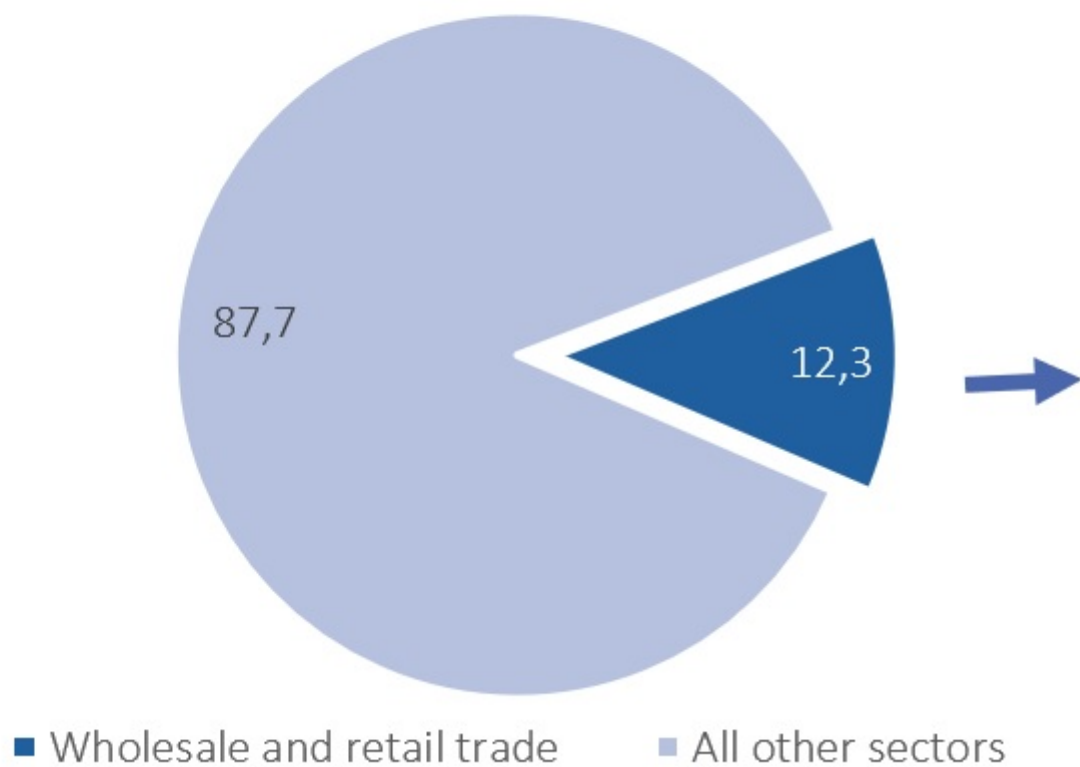
Η διεύρυνση των ηλεκτρονικών αγορών αποτελεί βασική πτυχή αυτών των αλλαγών, η οποία έγινε ακόμη πιο επιτακτική λόγω της πανδημίας, φέρνοντας μεταβολές στην δομή του εμπορίου και τις προτεραιότητες των λιανεμπόρων.

Οι ψηφιακές τεχνολογίες δημιουργούν μια νέα εποχή με σημαντικές ευκαιρίες για το ηλεκτρονικό εμπόριο, εμπλουτίζοντας τον παραδοσιακό τρόπο πώλησης μέσα από τα φυσικά καταστήματα. Άλλωστε, **το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα παρουσίασε σημαντική μεγέθυνση την τελευταία δεκαετία** και ειδικά μετά την πανδημία και την επιτάχυνση των προσπαθειών για την ψηφιακή μετάβαση της χώρας.

Στο πλαίσιο της υιοθέτησης των αρχών της βιωσιμότητας, το λιανικό εμπόριο λόγω του μεσολαβητικού του ρόλου μεταξύ παραγωγής και κατανάλωσης μπορεί να συντονίσει τις πρωτοβουλίες της εφοδιαστικής αλυσίδας προς αυτήν την κατεύθυνση, δίνοντας κίνητρο σε επιχειρήσεις και καταναλωτές για σημαντικές αλλαγές σε σχέση με τον περιορισμό ρυπογόνων και περιβαλλοντικά επιβαρυντικών επιλογών.

Οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου θα πρέπει και αυτές **να επενδύουν σε πρακτικές που ελαχιστοποιούν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα**, ενώ και από την πλευρά της ζήτησης, η υπεύθυνη κατανάλωση και οι περιβαλλοντικά βιώσιμες επιλογές των καταναλωτών μπορούν να συμβάλλουν στην δημιουργία νέων ευκαιριών απασχόλησης και την εξοικονόμηση φυσικών πόρων για τις σημερινές και τις μελλοντικές γενιές.

Percentage of GVA of trade sectors in total GVA in Greece (2021)



Πηγή: National accounts, Eurostat