

Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου (2024)

Έργο: «Κέντρο Καινοτομίας για το Λιανικό Εμπόριο» (κωδικός ΟΠΣ 6002934)

Υποέργο 1: «Σύγχρονες Υπηρεσίες προς τις ΠΜΕ & ΜΜΕ του Εμπορίου»

Πακέτο εργασίας ΠΕ 1.1: «Δράσεις Συστημικής Συμβολής»

Παραδοτέο Π.1.1.5: Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου (2024)

Το παρόν ενημερωτικό δελτίο εκπονήθηκε στο πλαίσιο του υποέργου 1 «Σύγχρονες Υπηρεσίες προς τις ΠΜΕ & ΜΜΕ του Εμπορίου» της Πράξης: «Κέντρο Καινοτομίας για το Λιανικό Εμπόριο» (κωδικός ΟΠΣ 6002934), η οποία είναι ενταγμένη στο Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2021-2027» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΚΤ+) και από εθνικούς πόρους.



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
2021 – 2027
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου (2024)

Ερευνητική & Συγγραφική ομάδα:

Αράχωβας Χαράλαμπος
Παππάς Ιωάννης
Μεραμβελιωτάκης Γεώργιος
Κεμαχλής Ιωάννης
Γεωργοκώστας Νικόλαος
Μουκούλης Πολύβιος
Κατσιούρης Ηλίας
Μπούντρης Ματθαίος

Επιμέλεια κειμένου:

Καρρά Μαριλένα

Copyright INEMY © 2025

Πετράκη 8

10563, Αθήνα

Τηλ: 210 3259170

E-mail: info@inemy.gr

URL: www.inemy.gr

Απαγορεύεται η με οποιονδήποτε τρόπο ανατύπωση ή μετάφραση όλου ή μέρους του κειμένου χωρίς την άδεια του εκδότη. Επίσης, η αναδημοσίευση (όλου ή μέρους του) χωρίς αναφορά της πηγής.



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2021 – 2027
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	2
ΜΕΡΟΣ Α΄	4
Ποσοτική έρευνα αναφορικά με τα προβλήματα και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου	4
1. Το προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων και οι επιχειρηματικές στρατηγικές	5
1.1 Έτη λειτουργίας και Μίσθωση καταστήματος	5
1.2 Ιδιοκτησιακό καθεστώς επαγγελματικής στέγης	7
1.3 Γεωγραφική προέλευση προϊόντων.....	10
1.4 Προμηθευτές	11
1.5 Μεταβολή μισθωτής απασχόλησης.....	12
2. Βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο	13
2.1 Αριθμός επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών.....	13
3. Οφειλές και τραπεζικός δανεισμός.....	16
3.1 Ληξιπρόθεσμες οφειλές.....	16
3.2 Χρηματοδότηση και επενδύσεις.....	19
4. Υποκειμενικές προσεγγίσεις: η γνώμη των εμπόρων για τα προβλήματα των εμπορικών επιχειρήσεων	21
5. Οι εξελίξεις στην αγορά ενέργειας, η πράσινη μετάβαση και οι εμπορικές επιχειρήσεις... ..	23
6. Μεθοδολογία	33
6.1. Πληθυσμός - στόχος, δείγμα της έρευνας και τεχνική δειγματοληψίας.....	33
6.2. Σύγκριση βασικών χαρακτηριστικών επιχειρήσεων έρευνας πεδίου και διαθέσιμων στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ.....	34
ΜΕΡΟΣ Β.	37
7. Ανασκόπηση Ερευνών που διεξήχθησαν σε συγκεκριμένες περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας	37
7.1. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων 2024.....	38
7.2. Έρευνα συμμετοχής των εμπορικών επιχειρήσεων στην εμπορική περίοδο «Black Friday 2024.....	41
7.3 Έρευνα για το Χριστουγεννιάτικο Τραπέζι 2024	44
7.4. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου (Χριστουγέννα 2024).....	47
8. Συμπεράσματα	51
9. Προτάσεις της ΕΣΕΕ για την αντιμετώπιση της συνεχιζόμενης δυσχερούς κατάστασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων	54

Εισαγωγή

Η συγκεκριμένη μελέτη επιχειρεί να συμβάλει στην αποκρυπτογράφηση των επιδόσεων, αλλά και των προκλήσεων, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι πολύ μικρές (micro) και μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο. Όπως δείχνουν οι σχετικές έρευνες, τόσο σε ευρωπαϊκό¹ όσο και σε εθνικό επίπεδο², οι επάλληλες κρίσεις (permanent crises) έχουν αφήσει βαθύ αποτύπωμα στον κλάδο. Η *Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ Λιανικού Εμπορίου (2024)* εντάσσεται στην ευρύτερη ερευνητική προσπάθεια του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y.) να φωτίσει το οικοσύστημα των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων, για το οποίο οι επίσημες στατιστικές δεν παρέχουν επαρκή πληροφόρηση. Με τη συγκεκριμένη έκθεση, το IN.EM.Y. φιλοδοξεί, μέσω της συλλογής πρωτογενών δεδομένων, να προχωρήσει, με βάση τα αποδεικτικά στοιχεία που θα προκύψουν (*evidence-based*), στη διαμόρφωση προτάσεων για την πολιτική που πρέπει να ακολουθηθεί όσον αφορά τον μετασχηματισμό του κλάδου, ο οποίος καλείται να βελτιώσει την ανθεκτικότητά του.

Η μελέτη αποτελείται από δύο μέρη, επιδιώκοντας να εμβαθύνει στην κατανόηση της διαχρονικής και εντεινόμενης πολυπλοκότητας των προκλήσεων, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ στο λιανικό εμπόριο.

Στο πρώτο μέρος, παρουσιάζονται τα ευρήματα της ποσοτικής έρευνας που διενεργήθηκε από το IN.EM.Y. αναφορικά με τα προβλήματα που πρέπει να επιλύσουν και τις προκλήσεις στις οποίες καλούνται να ανταποκριθούν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου.

Το δεύτερο μέρος αποτελεί μια ανασκόπηση των ευρημάτων που προέκυψαν από τέσσερις πρωτογενείς έρευνες, τις οποίες διεξήγαγε το IN.EM.Y., κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2024, εστιάζοντας σε συγκεκριμένες περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας, όπως (α) οι θερινές εκπτώσεις του 2024, (β) η «Black Friday 2024», (γ) η ανάλυση του κόστους του χριστουγεννιάτικου τραπέζιού και (δ) η αποτίμηση της κίνησης των εμπορικών καταστημάτων κατά την περίοδο των Χριστουγέννων.

Το IN.EM.Y., μέσω της συστηματικής σύνδεσης των συγκεκριμένων ερευνών, επιδιώκει να αποτυπώσει με επιστημονικό τρόπο τις μακροχρόνιες τάσεις και τις

¹ <https://www.eurocommerce.eu/>

² <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2023-2/>

βραχυπρόθεσμες διακυμάνσεις, οι οποίες επηρεάζουν τις ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου. Αυτή η συνδυαστική παρουσίαση επιτρέπει την εξαγωγή εμπεριστατωμένων συμπερασμάτων, σχετικά με τη διατήρηση και, σε πολλές περιπτώσεις, την ποιοτική και ποσοτική ενίσχυση των δυσκολιών που βιώνουν οι ΜΜΕ. Μέσω μιας αυστηρής και συστηματικής σύνδεσης των ποσοτικών και ποιοτικών ευρημάτων, τα οποία αναδύονται από αυτές τις επιμέρους έρευνες, μαζί με τις τρεις θεμελιώδεις προκλήσεις που αναδείχθηκαν στην αρχική εξαμηνιαία έρευνα, η ανάλυση αυτή θα φέρει στην επιφάνεια την αλληλεπίδραση και τη συστημική φύση των παραγόντων που διαρκώς υπονομεύουν την κερδοφορία, την ανταγωνιστικότητα, την καινοτομία και την ίδια την προοπτική επιβίωσης ενός σημαντικού και ζωτικού μέρους του επιχειρηματικού ιστού της χώρας, καθιστώντας επιτακτική την ανάγκη για άμεσες, εύστοχες και αποτελεσματικές παρεμβάσεις.

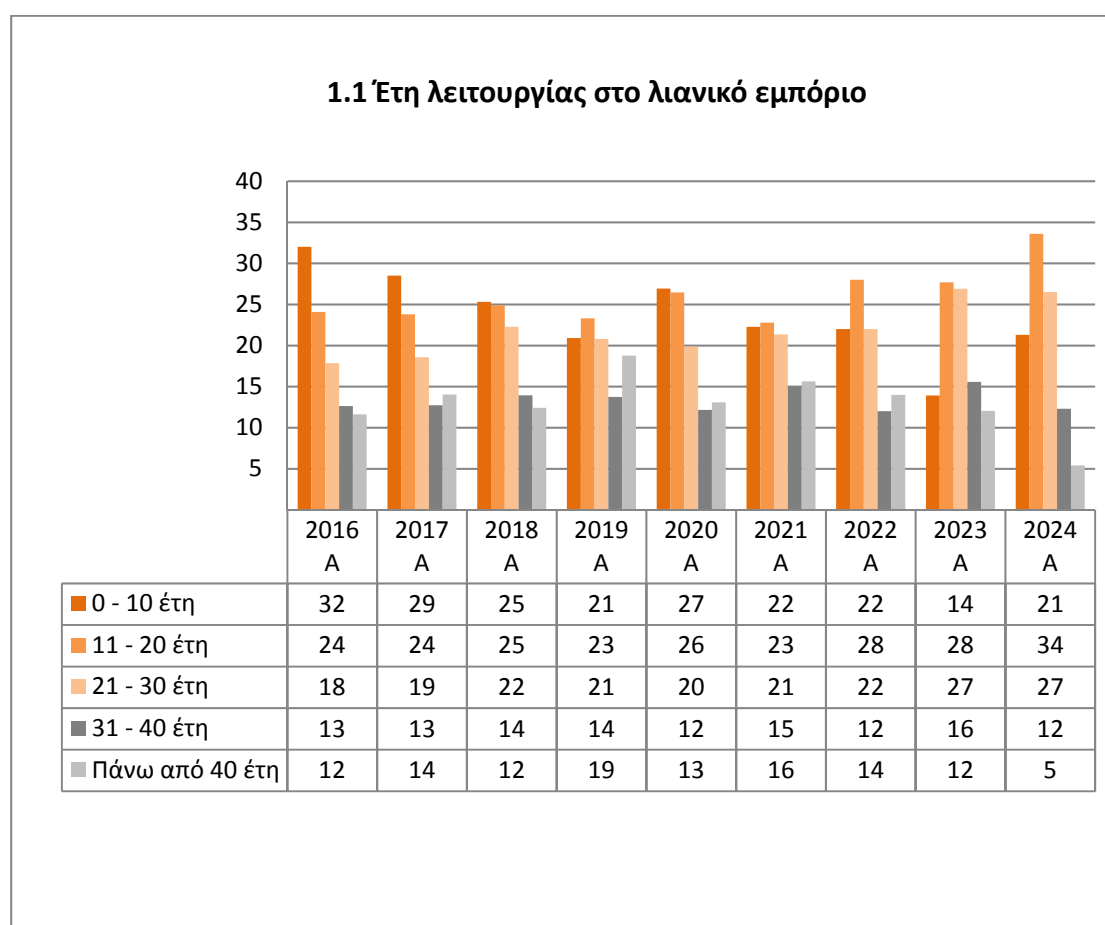
ΜΕΡΟΣ Α΄

Ποσοτική έρευνα αναφορικά με τα προβλήματα και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου

1. Το προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων και οι επιχειρηματικές στρατηγικές

1.1 Έτη λειτουργίας και Μίσθωση καταστήματος

Η διαμόρφωση του προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν τις επιχειρηματικές στρατηγικές και τις επιδόσεις του λιανικού εμπορίου. Ένα από τα βασικά στοιχεία ανάλυσης είναι η διάρκεια λειτουργίας των επιχειρήσεων (διάγραμμα 1.1).



Η κατανομή των ετών λειτουργίας των εμπορικών καταστημάτων φαίνεται να σημειώνει, το 2024, ορισμένες διαφοροποιήσεις, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος (2023).

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται έως 10 έτη αυξήθηκαν από 14%, το 2023, σε 21%, το 2024, γεγονός που σημαίνει την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, η οποία συνδέεται με μια αύξηση της συγκεκριμένης κατηγορίας κατά 7 ποσοστιαίες μονάδες.

Παράλληλα, το ποσοστό των επιχειρήσεων με 11-20 έτη λειτουργίας παρουσίασε σημαντική άνοδο (από 28% σε 34%), ενώ το ποσοστό εκείνων με 21 έως 30 έτη παραμένει σταθερό, διατηρώντας την αυξημένη συμμετοχή τους τους που είχε σημειωθεί πέρυσι. Η εικόνα που εμφανίζουν οι δύο αυτές κατηγορίες μπορεί να μεταφραστεί σε δυναμισμό ή και αντοχή των «νεαρότερων» επιχειρήσεων του κλάδου.

Αντίθετα, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται πάνω από 40 έτη μειώθηκαν αισθητά, από 12%, το 2023, σε μόλις 5%, το 2024, σημειώνοντας το χαμηλότερο ποσοστό των τελευταίων εννέα ετών καταγραφής. Η τάση αυτή αντανακλά, ενδεχομένως, αποχωρήσεις των επιχειρήσεων από την αγορά, είτε λόγω συνταξιοδότησης χωρίς μεταβίβαση είτε λόγω διακοπής της λειτουργίας τους.

1.2 Ιδιοκτησιακό καθεστώς επαγγελματικής στέγης

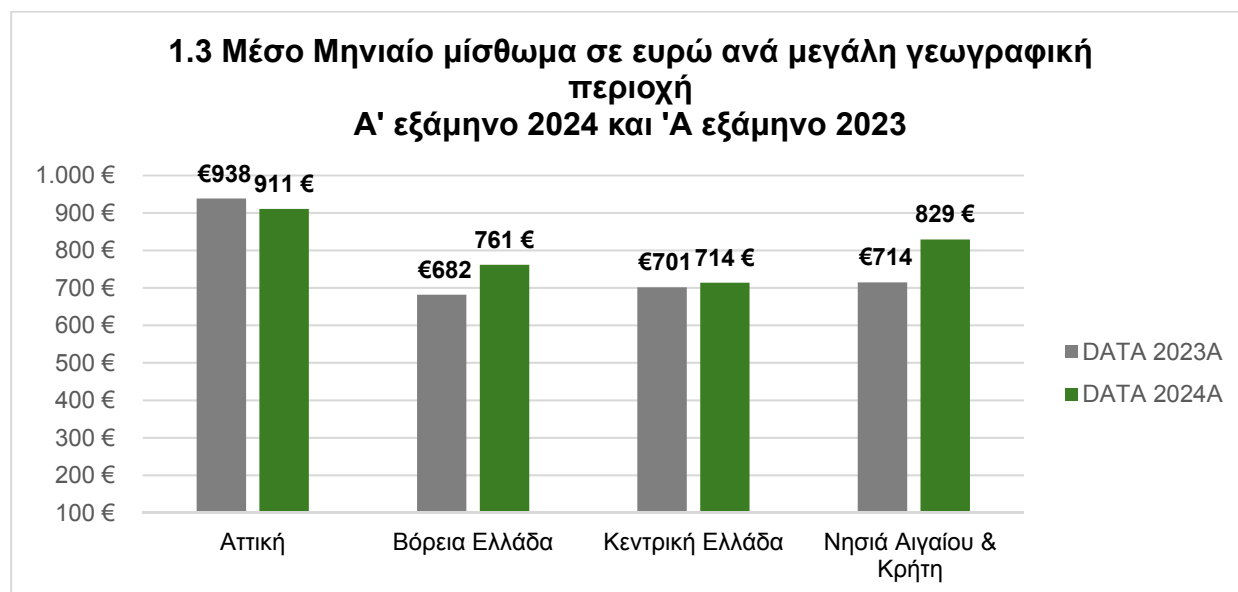
Σχετικά με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των επαγγελματικών ακινήτων στο λιανικό εμπόριο (διάγραμμα 1.2), τα στοιχεία για το 2024 καταδεικνύουν διαχρονικά την υπεροχή των μισθωμένων ακινήτων έναντι της ιδιόκτητης επαγγελματικής στέγης. Ωστόσο, το 2024, φαίνεται να σημειώνεται μια υποχώρηση των ιδιόκτητων ακινήτων στο 26%, έναντι 36%, το 2023, συρρικνώνοντας την αναλογία τους κατά 27%. Αντίθετα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που ενοικιάζουν τον επαγγελματικό τους χώρο αυξήθηκε, προσεγγίζοντας το 71% και σημειώνοντας, έτσι, το υψηλότερο ποσοστό των τελευταίων εννέα ετών. Παράλληλα, το εύρημα αυτό ενδέχεται να αντανακλά τη δυσκολία απόκτησης ή διατήρησης ιδιόκτητης στέγης, πιθανώς λόγω αυξημένου κόστους αγοράς ή ισχυρών οικονομικών πιέσεων. Επιπλέον, η κατηγορία των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν μικτό καθεστώς (ένα μέρος ιδιόκτητο και ένα μέρος μισθωμένο) παραμένει σταθερά σε πολύ χαμηλά επίπεδα, επιβεβαιώνοντας την κυριαρχία των δύο κύριων τάσεων στον κλάδο.



Το διάγραμμα 1.3 παρουσιάζει τη μεταβολή του μέσου μηνιαίου μισθώματος, ανά μεγάλη γεωγραφική περιοχή της χώρας, για το πρώτο εξάμηνο του 2024, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2023. Στην Αττική, το μέσο μίσθωμα μειώθηκε από 938 ευρώ, το 2023, σε 911 ευρώ, το 2024, καταγράφοντας ποσοστιαία μεταβολή της τάξης του -2,8%. Στη Βόρεια Ελλάδα, υπήρξε αισθητή αύξηση, με το μίσθωμα να διαμορφώνεται στα 761 ευρώ, το 2024, από 682 ευρώ, το 2023. Αντίθετα, στην Κεντρική Ελλάδα, το μέσο μίσθωμα κινήθηκε σε σταθερή πορεία, με οριακά αυξητική τάση, καθώς καταγράφεται από 701 ευρώ, το 2023, σε 714 ευρώ, το 2024. Η

μεγαλύτερη αύξηση καταγράφεται στα Νησιά Αιγαίου & Κρήτη, όπου το μέσο μίσθωμα ανήλθε σε 829 ευρώ, το 2024, από 714 ευρώ, το 2023. Το στοιχείο αυτό αναδεικνύει την πίεση της τουριστικής δραστηριότητας στις τιμές των επαγγελματικών στεγών στους βασικούς τουριστικούς πόλους της ελληνικής οικονομίας.

Συνολικά, τα δεδομένα αποτυπώνουν την ανοδική τάση των ενοικίων στις περισσότερες περιοχές, ειδικά στα νησιά, με την περίπτωση της Αττικής να έχει ενδεχομένως σταθεροποιηθεί, διαγράφοντας μια πτωτική τάση.



Παρακάτω, παρουσιάζεται η συσχέτιση μεταξύ των ετών λειτουργίας μιας επιχείρησης και του ιδιοκτησιακού καθεστώτος του ακινήτου όπου στεγάζεται (Πίνακας.1.1), καθώς, όπως έχει επισημανθεί και σε προηγούμενες Ετήσιες Εκθέσεις, αυτές οι δύο μεταβλητές είναι αλληλεξαρτώμενες. Παρατηρείται ότι οι επιχειρήσεις που στεγάζονται σε ιδιόκτητο ακίνητο συγκεντρώνονται κυρίως στην κατηγορία των 11-20 ετών λειτουργίας, με ποσοστό 31,3%, ενώ το 27,9% αφορά την κατηγορία των 21-30 ετών. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν μικτό καθεστώς (ένα μέρος μισθωμένο, ένα μέρος ιδιόκτητο) εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό τους στην κατηγορία των 21-30 ετών εμπορικής δραστηριότητας (48,7%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μικρή εκπροσώπηση επιχειρήσεων με ιδιόκτητο ακίνητο στην κατηγορία έως 10 έτη (12,8%), στοιχείο που δείχνει ότι οι νεοσύστατες επιχειρήσεις στεγάζονται κυρίως σε ενοικιαζόμενους χώρους. Αντίθετα, η κατανομή των επιχειρήσεων που εδράζονται αποκλειστικά σε μισθωμένα ακίνητα είναι πιο ομοιόμορφη, καλύπτοντας όλες τις ηλικιακές κατηγορίες, γεγονός που καταδεικνύει την υψηλή εξάρτηση του κλάδου από τη μίσθωση επαγγελματικών χώρων.

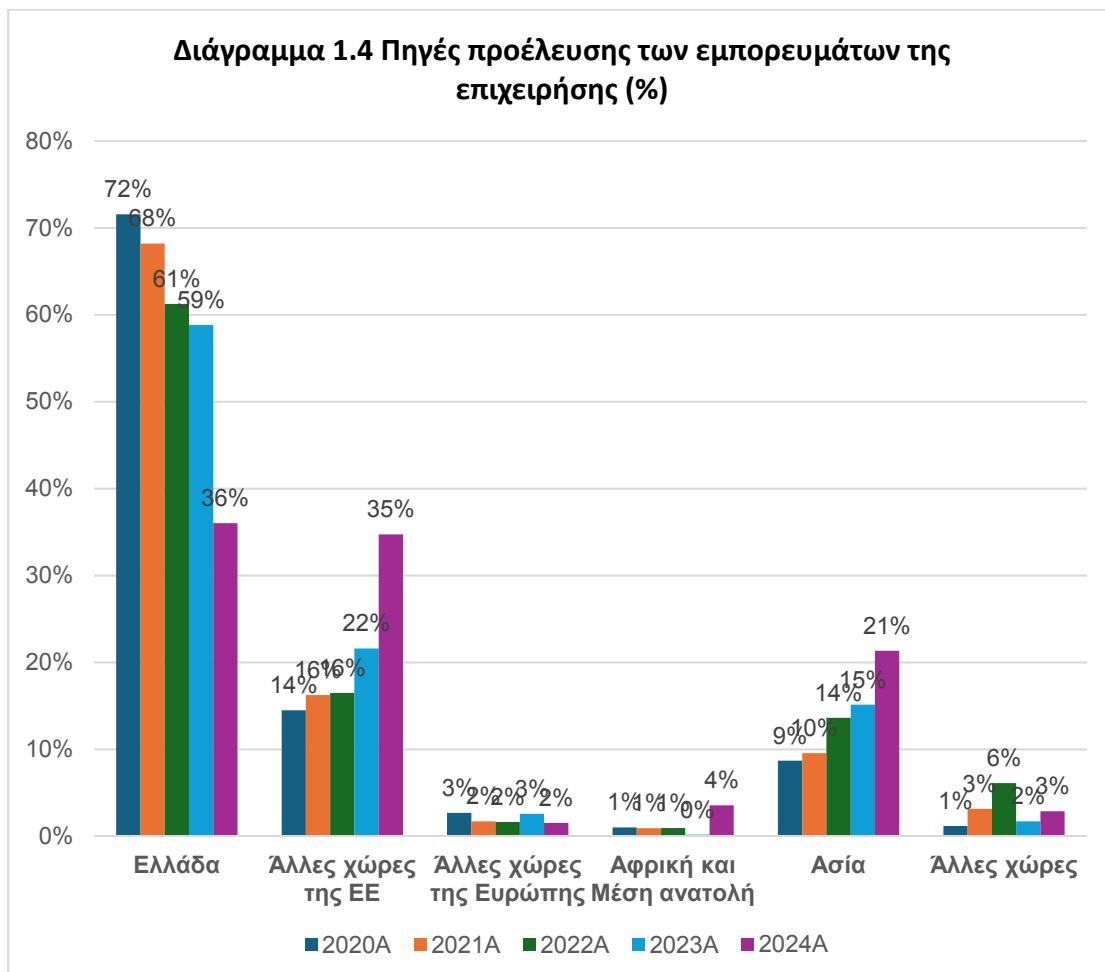
Πίνακας 1.1 : Έτη λειτουργίας ανά καθεστώς ιδιοκτησίας ακινήτου της επιχειρήσης (2022α)				
	Μισθωμένο ακίνητο	Ιδιόκτητο ακίνητο	Ένα μέρος μισθωμένο / Ένα μέρος ιδιόκτητο	ΣΥΝΟΛΟ
0-10 έτη	24,2%	12,8%	14,2%	21,5
11-20 έτη	36,0%	31,3%	6,3%	32,9
21-30 έτη	24,9%	27,9%	48,7%	28,5
31-40 έτη	9,4%	19,1%	23,1%	10,8
Πάνω από 40 έτη	4,5%	8,9%	0,0%	5,6
ΔΓ/ΔΑ	0,9%	0,0%	7,7%	0,7

Στον Πίνακα 1.2, αποτυπώνεται η σχέση μεταξύ των ετών λειτουργίας μιας επιχείρησης και της μισθωτής απασχόλησης, δηλαδή αν η επιχείρηση διαθέτει υπαλλήλους ή λειτουργεί αποκλειστικά με την απασχόληση του ιδιοκτήτη. Από τη σύγκριση των δύο κατηγοριών (επιχειρήσεις χωρίς υπαλλήλους και επιχειρήσεις με τουλάχιστον έναν υπάλληλο), προκύπτει ότι οι επιχειρήσεις με μισθωτούς εργαζομένους δραστηριοποιούνται στην αγορά για 11-30 έτη σε ποσοστό 61,1%, επιβεβαιώνοντας ότι η μισθωτή εργασία είναι πιο διαδεδομένη σε επιχειρήσεις μεσαίας ηλικίας. Αντίθετα, στις επιχειρήσεις χωρίς προσωπικό, παρατηρείται ότι το 51% λειτουργεί έως 20 έτη, ενώ το 20,5% δραστηριοποιείται για περισσότερα από 30 έτη.

Πίνακας 1.2 : Έτη λειτουργίας και μισθωτή εργασία			
	Χωρίς υπαλλήλους	Με ένα τουλάχιστον υπάλληλο	ΣΥΝΟΛΟ
0-10 έτη	21,7%	20,9%	21,1%
11-20 έτη	29,5%	35,1%	33,6%
21-30 έτη	28,3%	26,0%	26,5%
31-40 έτη	14,2%	11,7%	12,3%
Πάνω από 40 έτη	6,3%	5,1%	5,4%
ΔΓ/ΔΑ	0,0%	1,2%	0,9%

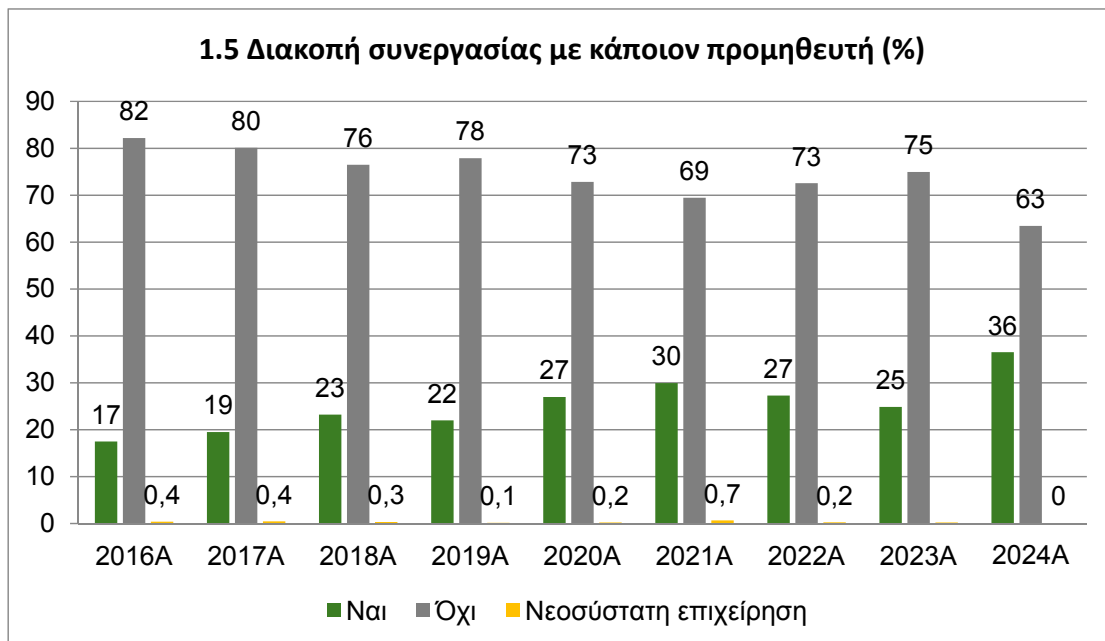
1.3 Γεωγραφική προέλευση προϊόντων

Η ανάλυση της προέλευσης των εμπορευμάτων στις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου καταγράφεται στο διάγραμμα 1.4, όπου παρατηρείται μια γενικευμένη τάση διαφοροποίησης. Παρότι η Ελλάδα εξακολουθεί, διαχρονικά, να αποτελεί τη βασική πηγή προμήθειας, το ποσοστό των εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων μειώνεται σταδιακά από 72%, το 2020, σε 61%, το 2022, 59%, το 2023, και 36%, το 2024. Η αυξημένη στροφή προς την ελληνική παραγωγή, κατά τα έτη 2020-2021, φαίνεται να συνδέεται με την πανδημία και τα προβλήματα που προέκυψαν στις διεθνείς εφοδιαστικές αλυσίδες (off-shoring, re-shoring κ.λπ.). Συνεχίζοντας, η μείωση της εγχώριας προέλευσης, μετά το 2022, αντισταθμίζεται από την αύξηση των εισαγωγών, ιδιαίτερα από την Ευρωπαϊκή Ένωση (από 22%, το 2023, σε 35%, το 2024). Σημαντική αυξητική τάση καταγράφεται στις εισαγωγές από την Ασία, φτάνοντας το 21%, το 2024, εύρημα που συνδέεται, ενδεχομένως, με τη διεύρυνση των εμπορικών δικτύσεων των επιχειρήσεων προς νέες αγορές, κυρίως για αναζήτηση φθηνότερων προϊόντων.



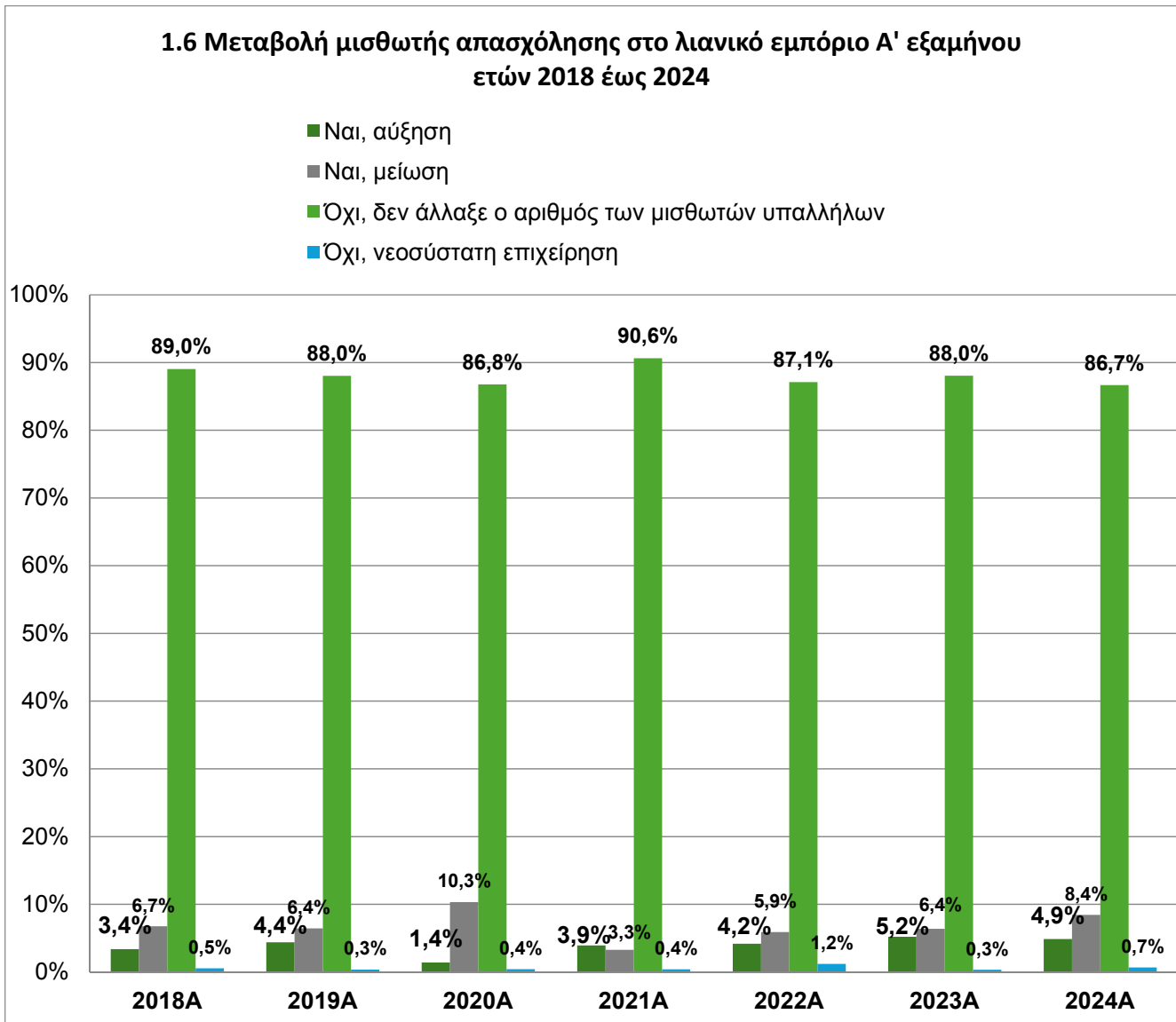
1.4 Προμηθευτές

Σύμφωνα με τα δεδομένα της έρευνας, παρατηρείται μια σαφής τάση διατήρησης σταθερών συνεργασιών στο λιανικό εμπόριο, καθώς οι επιχειρηματίες βασίζονται σε σχέσεις εμπιστοσύνης με τους προμηθευτές τους. Ωστόσο, το ποσοστό των επιχειρήσεων που διέκοψαν τη συνεργασία με κάποιον προμηθευτή αυξάνεται (διάγραμμα 1.5), το 2024, στο 36%, από 25%, το 2023, καταγράφοντας την υψηλότερη αναλογία στη διάρκεια των ετών παρακολούθησης, σηματοδοτώντας μια σημαντική αλλαγή των σχέσεων B2B μεταξύ των εμπορικών επιχειρήσεων. Ενώ, από την άλλη πλευρά, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν διέκοψαν τη συνεργασία με κάποιον προμηθευτή παραμένει υψηλό, συγκεντρώνοντας το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων, καθώς προσεγγίζει το 63%, 2024, έναντι 75%, το 2023. Η μεταβολή αυτή μπορεί να φανερώνει ορισμένες ανακατατάξεις στις εμπορικές σχέσεις, είτε λόγω οικονομικών πιέσεων είτε λόγω διαφοροποιήσεων στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των επιχειρήσεων. Είναι πιθανό η διακοπή της συνεργασίας με προμηθευτές να συνδέεται με τις διαφοροποιήσεις που παρατηρήθηκαν στις χώρες προέλευσης των εμπορευμάτων ή με την αναζήτηση διαφορετικών προμηθευτών, εκτός της ελληνικής αγοράς, κάτι που επιβεβαιώνεται και από τη σημαντική αύξηση της προέλευσης προϊόντων από την Ασία.



1.5 Μεταβολή μισθωτής απασχόλησης

Η διατήρηση ενός υψηλού ποσοστού σταθερότητας στον αριθμό των μισθωτών υπαλλήλων επιβεβαιώνει γι' άλλη μια χρονιά την ανθεκτικότητα της απασχόλησης στο λιανικό εμπόριο (διάγραμμα 1.6). Το 2024, το 86,7% των επιχειρήσεων δεν προχώρησε σε αλλαγές όσον αφορά τον αριθμό των απασχολούμενων, ποσοστό ελαφρώς χαμηλότερο σε σχέση με το 2023 (88%). Παράλληλα, σημειώνεται άνοδος στο ποσοστό των επιχειρήσεων που μείωσαν την απασχόληση, το οποίο διαμορφώθηκε στο 8,4%, το 2024, έναντι 6,4%, το 2023. Η τάση αυτή ενδέχεται να αντανακλά την ανάγκη προσαρμογής σε νέα δεδομένα όσον αφορά την αγορά εργασίας, είτε λόγω μεταβολών στη ζήτηση της αγοράς εργασίας είτε λόγω αυξημένων λειτουργικών εξόδων για τις επιχειρήσεις.

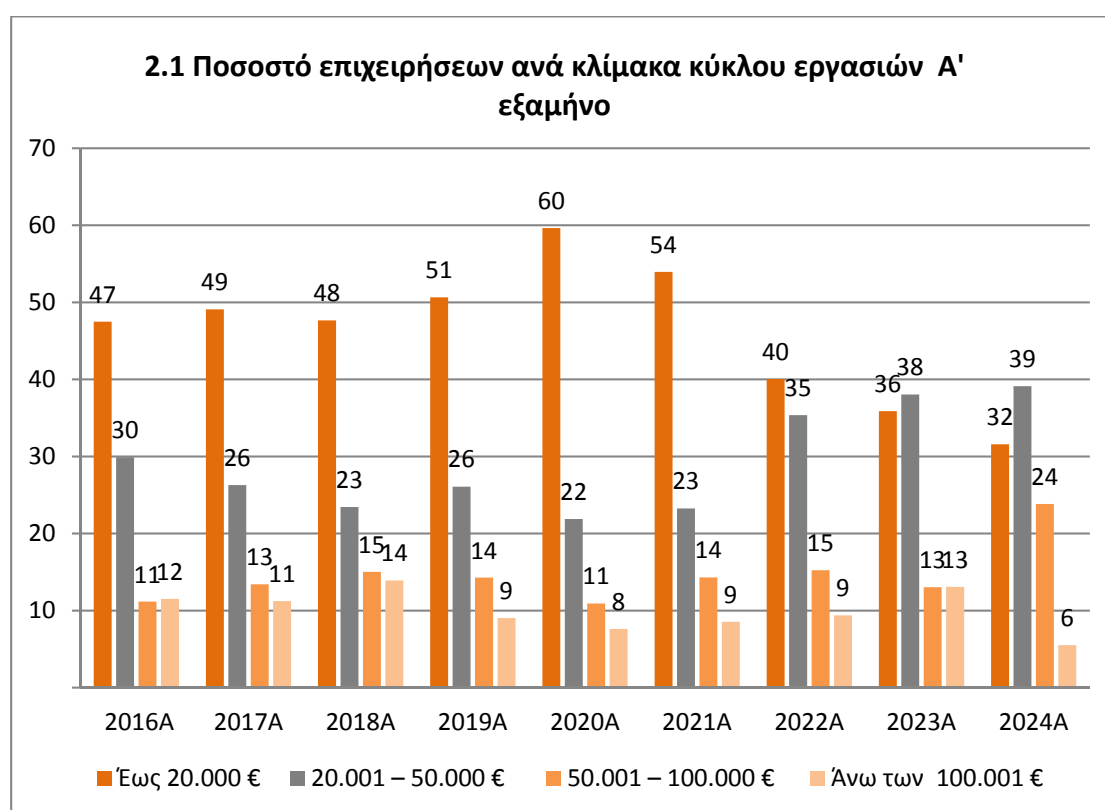


2. Βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο

2.1 Αριθμός επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών

Στην παρούσα ενότητα, αποτυπώνονται τα βασικά οικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο, με έμφαση στις μικρότερες επιχειρήσεις, οι οποίες συνιστούν τον κύριο κορμό του κλάδου.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, το ποσοστό των επιχειρήσεων με χαμηλότερο κύκλο εργασιών (έως 20.000€) συνεχίζει την πτωτική πορεία του, καταγράφοντας 32%, το 2024, από 36%, το 2023 και 40%, το 2022 (διάγραμμα 2.1).



Αντίστοιχα, παρατηρείται διατήρηση της αυξητικής πορείας στην κατηγορία των επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών από 20.001€ έως 50.000€, η οποία αγγίζει το 39%, το 2024, έναντι του 38%, το προηγούμενο έτος.

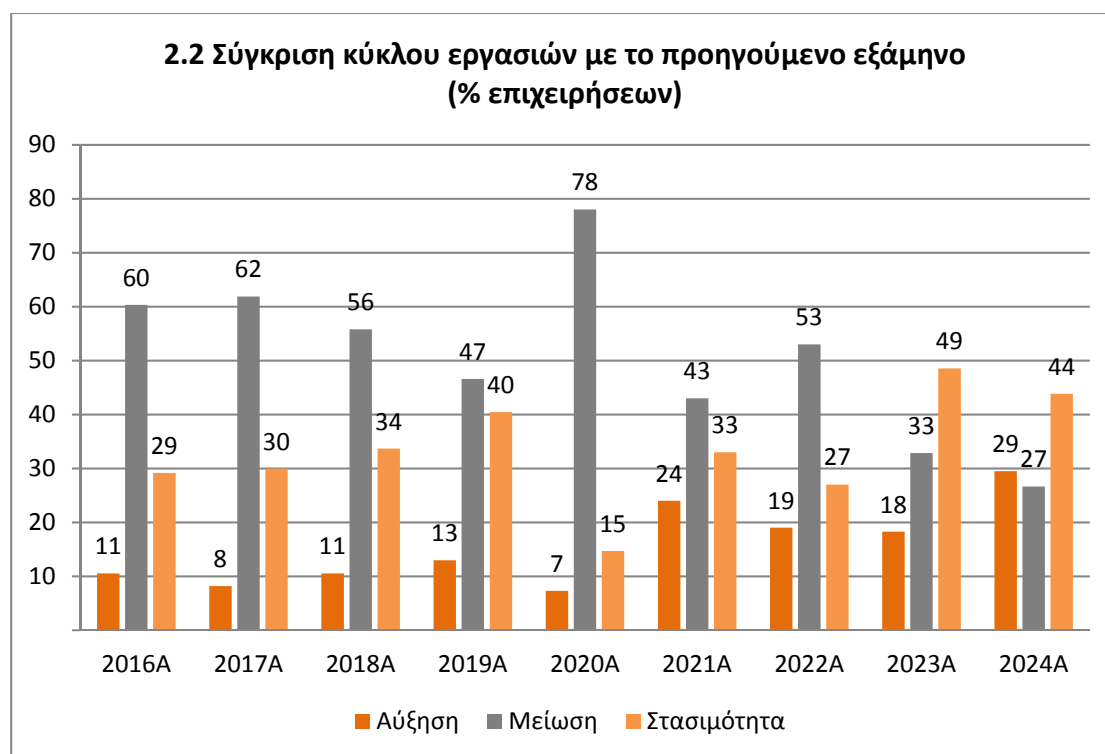
Σημαντική είναι η αύξηση που καταγράφεται στις επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μεταξύ 50.001€ και 100.000€, των οποίων ο αριθμός ενισχύεται σημαντικά, φτάνοντας

το 24%, το 2024, από 13%, το 2023, σημειώνοντας, δηλαδή, τη μεγαλύτερη αύξηση σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Αντίθετα, η κατηγορία με κύκλο εργασιών άνω των 100.001€ φαίνεται να συρρικνώνεται, φτάνοντας στο 6%, το 2024, έναντι του 13%, το προηγούμενο έτος, επιστρέφοντας σε επίπεδα χαμηλότερα από τα προηγούμενα χρόνια.

Η συνολική εικόνα αποτυπώνει μια σταδιακή ανακατανομή των επιχειρήσεων προς τις ενδιάμεσες κλίμακες κύκλου εργασιών, πιθανώς ως αποτέλεσμα της προσαρμογής τους στις οικονομικές συνθήκες και στις εξελίξεις της αγοράς.

Όσον αφορά την πορεία του κύκλου εργασιών (διάγραμμα 2.2), παρατηρείται αισθητή μείωση του μεριδίου των επιχειρήσεων που ανέφεραν πτώση στον κύκλο εργασιών τους, το οποίο περιορίστηκε στο 27%, καταγράφοντας το χαμηλότερο επίπεδο των τελευταίων ετών. Η τάση αυτή φαίνεται να συνοδεύεται από μείωση του ποσοστού των επιχειρήσεων που διατήρησαν σταθερό κύκλο εργασιών, με την κατηγορία αυτή να αγγίζει το 44% (έναντι 49%, το 2023).



Ιδιαίτερα εντυπωσιακή είναι η συνεχής μείωση της αναλογίας των επιχειρήσεων με αρνητική μεταβολή στον κύκλο εργασιών (διάγραμμα 2.2), η οποία υποχώρησε στο 27%, το 2024, από 33%, το 2023, καταγράφοντας τη χαμηλότερη τιμή από το 2016. Παράλληλα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που κατέγραψαν αύξηση στον κύκλο

εργασιών τους ενισχύθηκε σημαντικά, φτάνοντας στο 29%, το 2024, έναντι 18%, το 2023, και 19%, το 2022. Είναι πιθανόν η βελτίωση αυτή να οφείλεται, τουλάχιστον εν μέρει, στην ενίσχυση του τουριστικού τομέα, ο οποίος αποτελεί σημαντικό κομμάτι της ελληνικής οικονομίας. Η αυξημένη τουριστική κίνηση μπορεί να έχει συμβάλει στην άνοδο του κύκλου εργασιών, ιδίως σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τουριστικές περιοχές.

Ο πίνακας 2.1 παρουσιάζει την πρόβλεψη και την αναθεωρημένη εκτίμηση του INEMY για τα βασικά οικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων, σε ευρώ, για τα έτη 2023 και 2024. Ο κύκλος εργασιών προβλεπόταν στα **134.695 ευρώ**, το 2023, όμως η αναθεωρημένη εκτίμηση καταγράφεται σε **116.929 ευρώ**, το 2023, ενώ για το 2024 εκτιμάται περαιτέρω μείωση στα **111.169 ευρώ**. Οι αγορές εμπορευμάτων εμφανίζουν σημαντική πτώση σε σχέση με την αρχική πρόβλεψη των **124.069 ευρώ**, το 2023, στην αναθεωρημένη εκτίμηση των **93.516 ευρώ**, και στη συνέχεια στα **68.436 ευρώ**, στην πρόβλεψη για το 2024. Τα λειτουργικά έξοδα με ενοίκια αυξάνονται από **17.316 ευρώ**, στην πρόβλεψη για το 2023, σε **18.894 ευρώ**, στην εκτίμηση του 2023, και προβλέπεται να φτάσουν στα **20.617 ευρώ**, το 2024. Αντίθετα, τα λειτουργικά έξοδα χωρίς ενοίκια παρουσιάζουν οριακή αύξηση, από **9.438 ευρώ**, στην πρόβλεψη για το 2023, σε **9.515 ευρώ**, στην αναθεωρημένη εκτίμηση για το 2023 και **9.593 ευρώ**, στην πρόβλεψη για το 2024. Τέλος, οι ασφαλιστικές εισφορές αυξάνονται οριακά από **2.958 ευρώ**, στην πρόβλεψη για το 2023, σε **3.238 ευρώ**, στην αναθεωρημένη εκτίμηση, και πιθανόν να ανέλθουν στα **3.400 ευρώ**, το 2024.

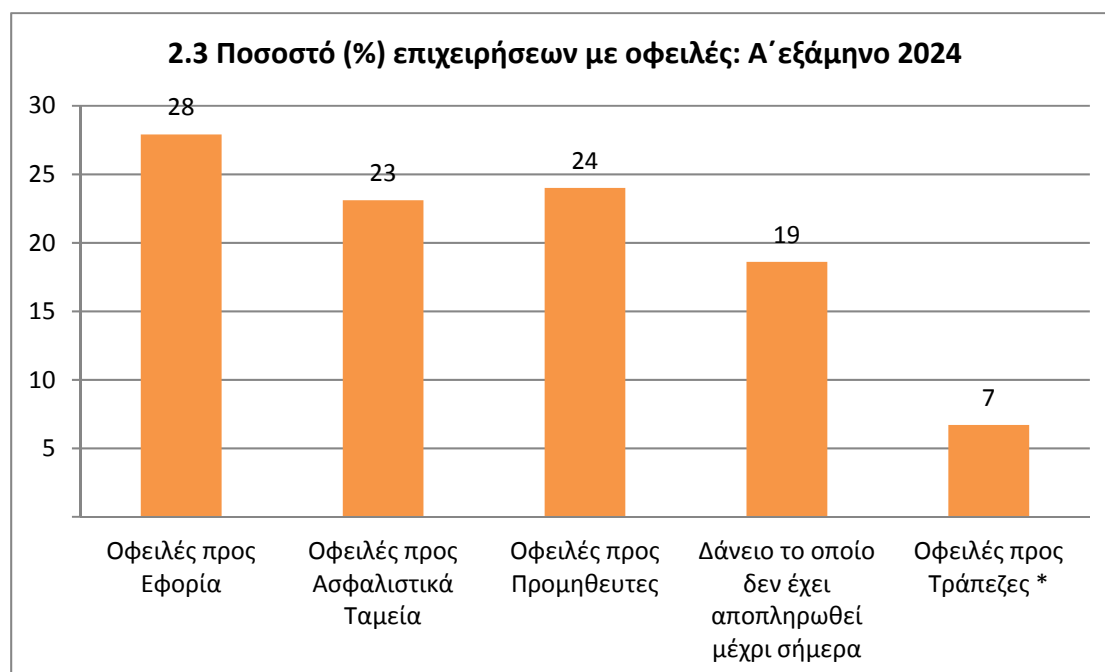
Πίνακας 2.1 - Πρόβλεψη & Εκτίμηση INEMY			
	Πρόβλεψη 2023	Αναθεωρημένη Εκτίμηση 2023	Πρόβλεψη 2024
Κύκλος εργασιών	134.695 €	116.929 €	111.169 €
Αγορές εμπορευμάτων	124.069 €	93.516 €	68.436 €
Λειτουργικά έξοδα με ενοίκια	17.316 €	18.894 €	20.617 €
Λειτουργικά έξοδα (χωρίς ενοίκια)	9.438 €	9.515 €	9.593 €
Ασφαλιστικές εισφορές	2.958 €	3.238 €	3.400 €

3. Οφειλές και τραπεζικός δανεισμός

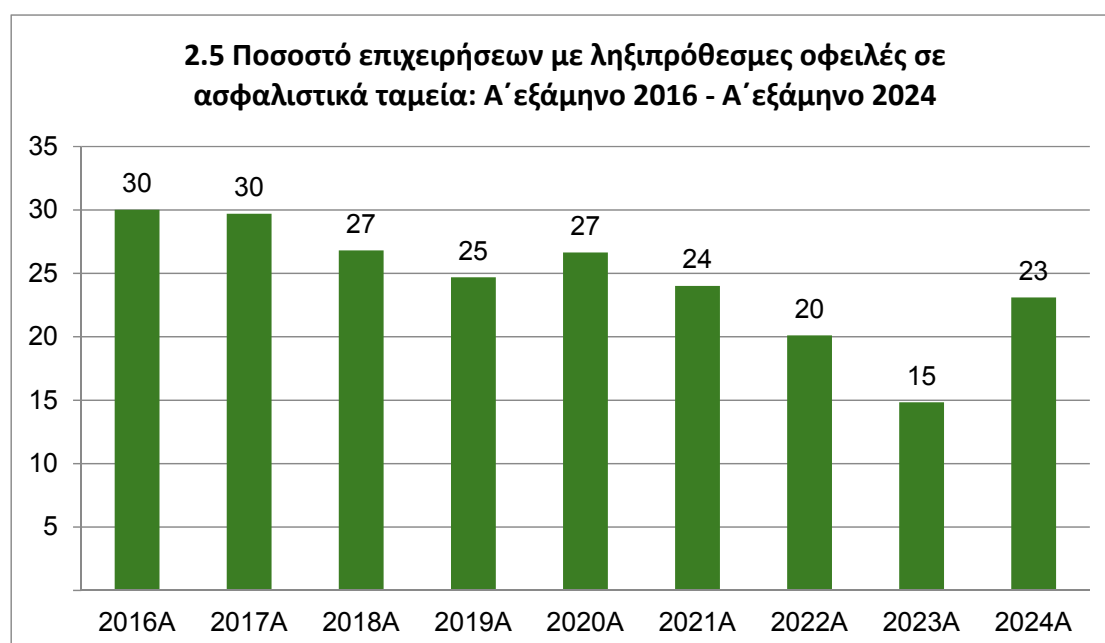
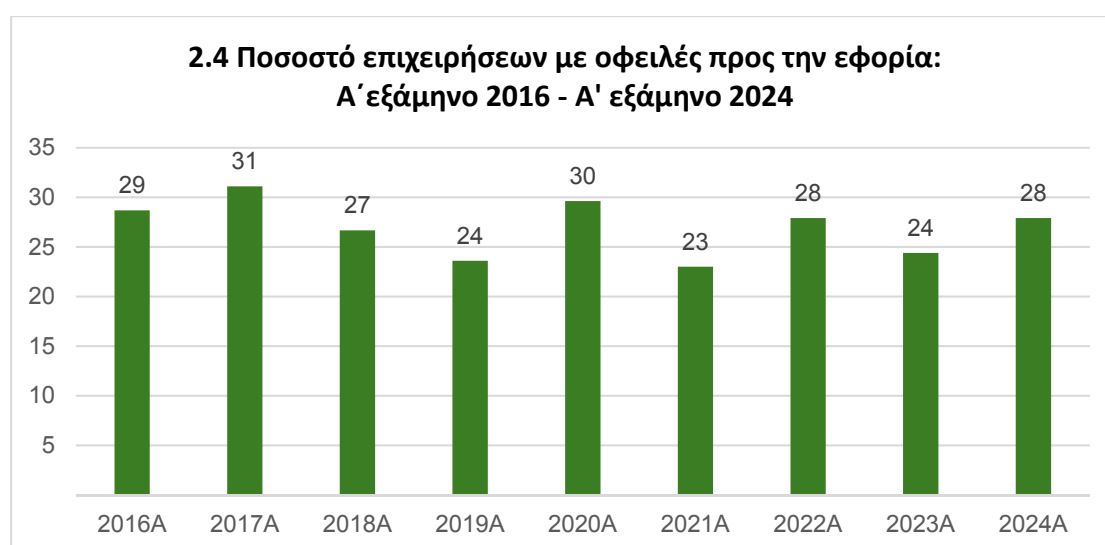
3.1 Ληξιπρόθεσμες οφειλές

Για την πληρέστερη εικόνα των επιχειρήσεων είναι σημαντικό να διερευνηθεί η ύπαρξη οφειλών προς το Δημόσιο, τις Τράπεζες και τους προμηθευτές. Σε αυτήν την ενότητα εξετάζονται οι οφειλές των επιχειρήσεων προς το Δημόσιο, οι οποίες περιλαμβάνουν φορολογικές και ασφαλιστικές υποχρεώσεις, καθώς και τα χρέη προς προμηθευτές, τράπεζες και μη εξοφλημένα δάνεια.

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 2.3, σημαντικό ποσοστό των εμπορικών επιχειρήσεων δυσκολεύεται να ανταπεξέλθει στις οικονομικές υποχρεώσεις του, επιβαρύνεται με χρέη και αντιμετωπίζει ζητήματα ρευστότητας. Η ανάλυση των δεδομένων δείχνει ότι περίπου μια στις τρεις επιχειρήσεις έχει εκκρεμότητες προς την εφορία (28%), το 23% έχει οφειλές προς τα ασφαλιστικά ταμεία, ενώ το ποσοστό των επιχειρήσεων που διατηρούν ενεργό επιχειρηματικό δάνειο κυμαίνεται στο 19%. Επιπλέον, το 24% των επιχειρήσεων δυσκολεύεται να εξοφλήσει τους προμηθευτές του εντός του συμφωνημένου χρονικού διαστήματος.



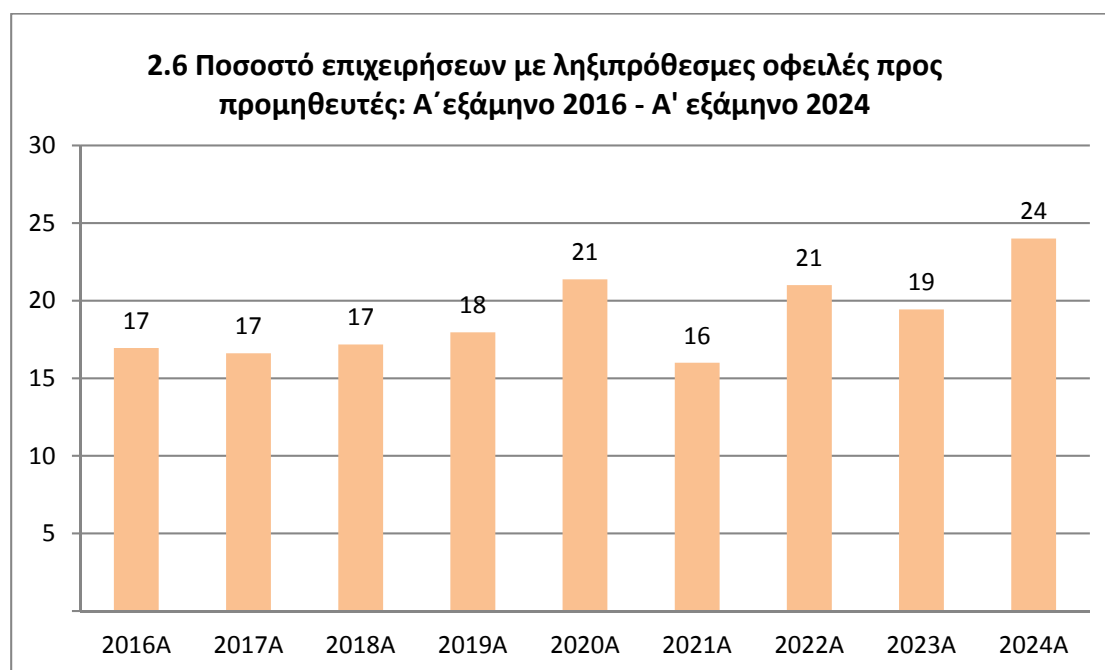
Τα διαγράμματα 2.4 και 2.5 παρουσιάζουν τη διαχρονική εξέλιξη των επιχειρήσεων με οφειλές προς την εφορία και τα ασφαλιστικά ταμεία και υποδεικνύουν την πιθανότητα αύξησης του ιδιωτικού χρέους των επιχειρήσεων. Το Α΄ εξάμηνο του 2024, το ποσοστό των επιχειρήσεων με φορολογικές οφειλές αυξήθηκε κατά τέσσερις ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2023, φτάνοντας το 28%, και έτσι επιστρέφει στα επίπεδα του 2022. Παρόμοια τάση καταγράφεται και στις οφειλές προς τα ασφαλιστικά ταμεία, οι οποίες αυξήθηκαν από 15%, το Α΄ εξάμηνο του 2023, σε 23%, το αντίστοιχο διάστημα του 2024. Συνεπώς, το 2024, παρατηρείται ενίσχυση της αναλογίας των επιχειρήσεων με οφειλές προς το δημόσιο, έπειτα από μια ασταθή περίοδο που είχε επιβαρύνει σημαντικά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.



Το διάγραμμα 2.6 απεικονίζει τη διαχρονική εξέλιξη του ποσοστού των επιχειρήσεων, οι οποίες αντιμετωπίζουν ληξιπρόθεσμες οφειλές προς προμηθευτές, από το Α' εξάμηνο του 2016 έως το Α' εξάμηνο του 2024.

Αρχικά, την περίοδο 2016-2018, το ποσοστό παρέμεινε σταθερό στο 17%. Στη συνέχεια, σημειώθηκε μικρή αύξηση (18%, το 2019), ενώ, το 2020, καταγράφηκε μια αύξηση, καθώς το 21% των επιχειρήσεων είχε ληξιπρόθεσμες οφειλές. Μετά από μια προσωρινή μείωση στο 16%, το 2021, το ποσοστό αυξήθηκε εκ νέου στο 21%, το 2022, και υποχώρησε στο 19%, το 2023.

Ωστόσο, το 2024, παρατηρείται νέα άνοδος, με το ποσοστό να φτάνει στο 24%, καταγράφοντας την υψηλότερη τιμή καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 2016-2024, εύρημα που αναδεικνύει την πίεση των επιχειρηματιών να εξοφλήσουν τα ποσά που απαιτούνταν για την αγορά εμπορευμάτων.



3.2 Χρηματοδότηση και επενδύσεις

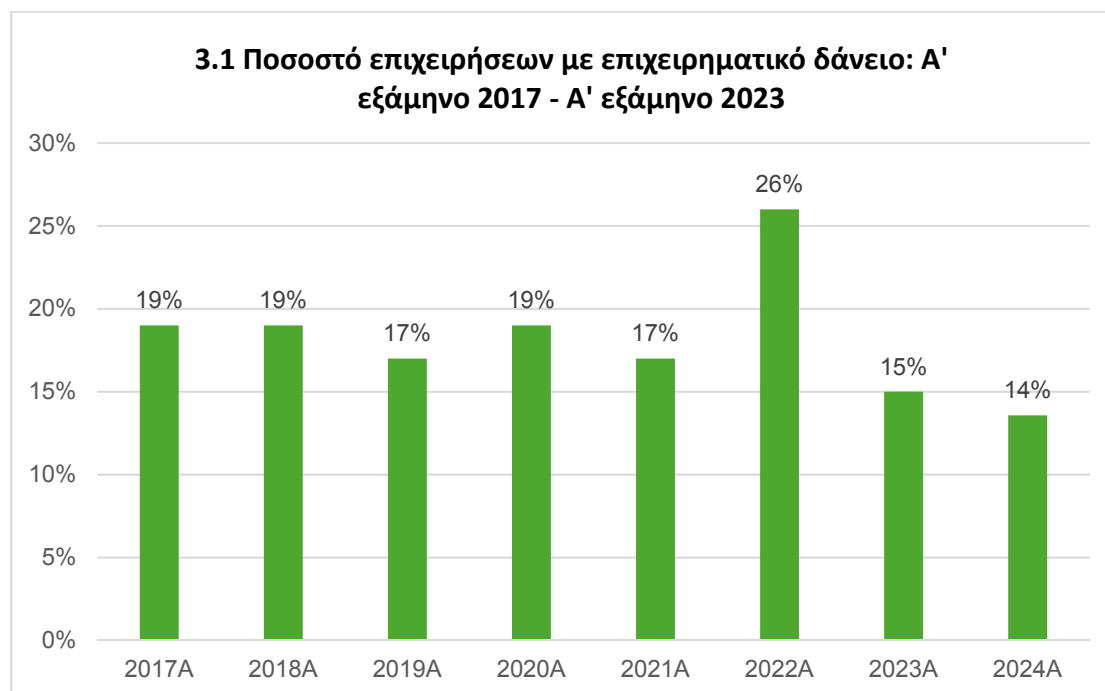
Τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης εξακολουθούν να αποτελούν την κυριότερη πηγή χρηματοδότησης (86,1%) της λειτουργίας της επιχείρησης, αν και καταγράφουν υποχώρηση, σε σχέση με το 2023 (95,3%), επιστρέφοντας σε επίπεδα προγενέστερων ετών. Παράλληλα, η χρηματοδότηση μέσω προγραμμάτων παρουσιάζει μικρή ανάκαμψη, φτάνοντας το 9,7%, το 2024, από 5,5%, το 2023, παραμένοντας, ωστόσο, αισθητά χαμηλότερη από το 21,1%, που είχε καταγραφεί το 2022. Φαίνεται ότι η νέα προγραμματική περίοδος ΕΣΠΑ 2021-2027 διευρύνει την περίμετρο χρηματοδότησης των εμπορικών επιχειρήσεων από ευρωπαϊκούς πόρους.

Ταυτόχρονα, η συμβολή των συγγενών στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων εμφανίζει αυξητική τάση, φτάνοντας στο 16,6%, το 2024, σε σύγκριση με το 6,9% του 2023. Το στοιχείο αυτό καταδεικνύει ότι μη συμβατικές μορφές χρηματοδότησης συνεχίζουν να αποτελούν σημαντικό κανάλι ρευστότητας. Εντυπωσιακή είναι η αύξηση του τραπεζικού δανεισμού, ο οποίος σχεδόν διπλασιάζεται και φθάνει στο 13,6%, το 2024, από 6,9%, το προηγούμενο έτος, καταγράφοντας τη μεγαλύτερη τιμή της εξεταζόμενης περιόδου.

Τέλος, παρατηρείται σημαντική αύξηση της χρηματοδότησης μέσω προσωπικών κεφαλαίων, η οποία ανέρχεται στο 68,8%, το 2024, έναντι 44,8%, το 2023. Αυτό υποδηλώνει ότι οι επιχειρηματίες στηρίζονται όλο και περισσότερο σε δικούς τους πόρους για τη διατήρηση της ρευστότητάς τους, γεγονός που μπορεί να σημαίνει είτε μεγαλύτερη αυτονομία είτε περιορισμένη πρόσβαση σε εξωτερική χρηματοδότηση.

Πίνακας 3.1 Χρηματοδότηση της επιχείρησης λιανικού εμπορίου: Α' εξάμηνο 2016 – Α' εξάμηνο 2024 (πολλαπλής επιλογές, σε%)									
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Τραπεζικός δανεισμός	3,4	2,1	3,5	3,2	4,2	6,8	5	6,9	13,6
Κεφάλαια επιχείρησης	90,8	87,7	85,2	86,4	86,2	81,8	88	95,3	86,1
Προσωπικά κεφάλαια	55	52,9	38,4	33,3	54,5	42,3	53,7	44,8	68,8
Συγγενείς	2,4	25,4	19,7	22,2	24,4	22,3	25,6	6,9	16,6
Προγράμματα	-	1,8	1,5	1,6	3,5	6,9	21,1	5,5	9,7
Αποζημίωση Ειδ. Σκοπού	-	-	-	-	62,6	31,1			
Επιστρεπτέα Προκαταβολή	-	-	-	-	31,4	62,1			

Στο διάγραμμα 3.1, παρουσιάζεται το ποσοστό των επιχειρήσεων με επιχειρηματικό δάνειο για το πρώτο εξάμηνο κάθε έτους, από το 2017 έως το 2024. Από το 2017 έως το 2019, το ποσοστό παρέμεινε σχετικά σταθερό με μικρές διακυμάνσεις. Στη συνέχεια, παρατηρείται μια μικρή αύξηση στο 19%, το 2020, και κατόπιν μια μικρή πτώση στο 17%, το 2021. Το 2022, σημειώνεται μια απότομη και σημαντική αύξηση στο 26%, ενώ παρατηρείται επιστροφή σε χαμηλότερα μεγέθη, το 2023 (15%) και το 2024 (14%).



4. Υποκειμενικές προσεγγίσεις: η γνώμη των εμπόρων για τα προβλήματα των εμπορικών επιχειρήσεων

Το 2024, η αξιολόγηση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι εμπορικές επιχειρήσεις (διάγραμμα 4.1) παρουσιάζει ορισμένες διαφοροποιήσεις, σε σχέση με το προηγούμενο έτος, 2023. Η ιεράρχηση των προβλημάτων καταγράφεται σε μια κλίμακα από 1 έως 5, με βάση τον βαθμό που αυτά τα προβλήματα τους επηρεάζουν αρνητικά και χρήζουν διερεύνησης, όπου το 1 λαμβάνεται ως «ελάχιστα σημαντικό» και το 5 «πάρα πολύ σημαντικό».

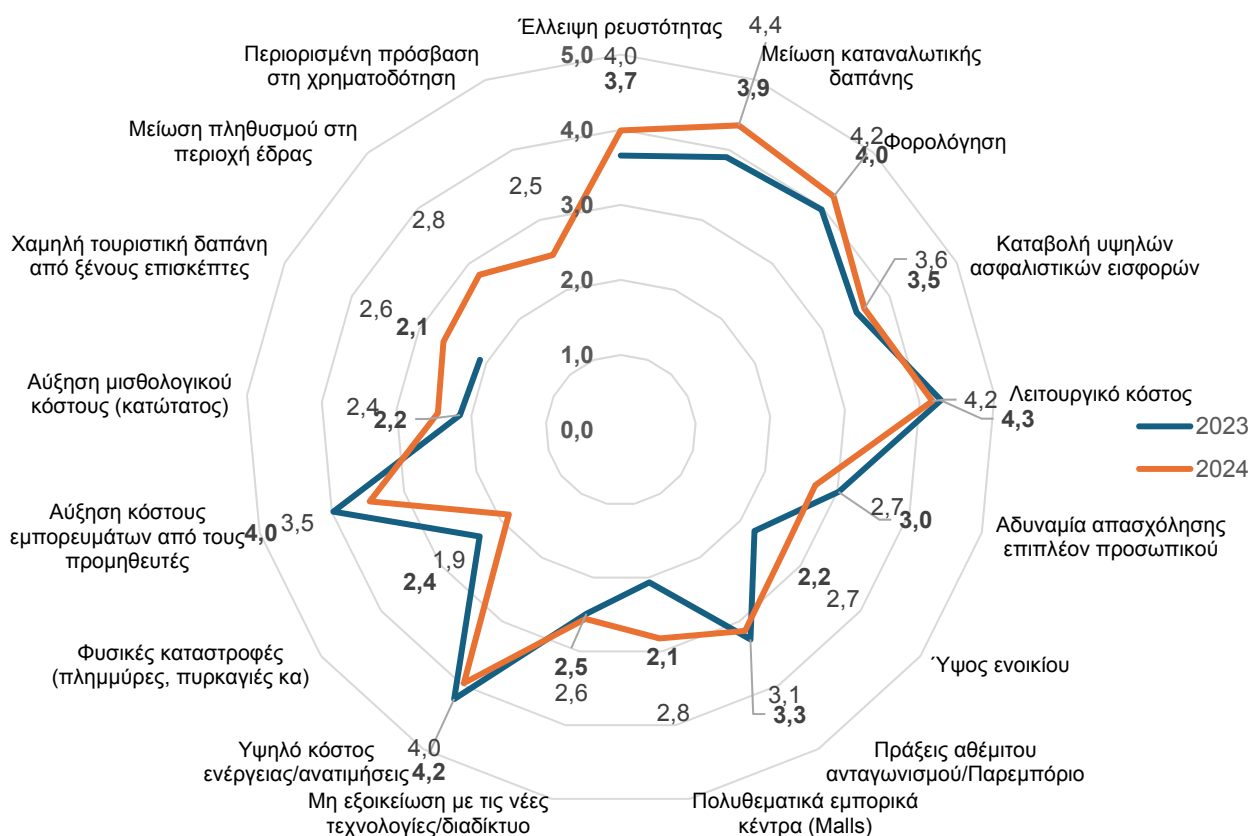
Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που εξακολουθούν να απασχολούν τις εμπορικές επιχειρήσεις, είναι η μείωση της καταναλωτικής δαπάνης, η οποία καταγράφει, το 2024, αύξηση στον βαθμό σημαντικότητας (4,4 έναντι 3,9, το 2023). Ακολουθεί το λειτουργικό κόστος (4,2), το οποίο παραμένει, με αυξημένο βαθμό, ένα από τα βασικότερα προβλήματα, ενώ η φορολόγηση αυξάνεται ελαφρώς (4,2 έναντι 4,0, το προηγούμενο έτος).

Η έλλειψη ρευστότητας, η οποία είχε παρουσιάσει μείωση το 2023, σημειώνει εκ νέου άνοδο και φθάνει στο 4,0, ενισχύοντας τον βαθμό σημαντικότητας για τις επιχειρήσεις του κλάδου. Η καταβολή ασφαλιστικών εισφορών (3,6) παραμένει σταθερή σε επίπεδο σημαντικότητας, ενώ η αδυναμία απασχόλησης περισσότερου προσωπικού μειώνεται ελαφρώς (2,7 από 3,0, το 2023), γεγονός που μπορεί να υποδηλώνει μια διαφορετική προτεραιοποίηση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι εμπορικές επιχειρήσεις.

Στον αντίποδα, το πρόβλημα της χαμηλής τουριστικής δαπάνης καταγράφει αύξηση (2,6 έναντι 2,1). Τα ενοίκια εμφανίζουν επίσης μια σχετική αύξηση στον βαθμό σημαντικότητας (2,7 από 2,2), ενώ η εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες και το διαδίκτυο παραμένει σταθερή (2,6).

Τέλος, η αύξηση του μισθολογικού κόστους εξακολουθεί να αποτελεί ζήτημα, φτάνοντας το 2,4, το 2024, από 2,2, το προηγούμενο έτος, αντανακλώντας τις επιπτώσεις πιθανών αλλαγών στον κατώτατο μισθό. Οι φυσικές καταστροφές, παρότι είχαν ενταχθεί πρόσφατα στην αξιολόγηση, καταγράφουν ηπιότερη σημασία (1,9 από 2,4, το 2023).

4.1 Αξιολόγηση προβλημάτων των εμπορικών επιχειρήσεων κατά το: Α' εξάμηνο 2023 και 2024



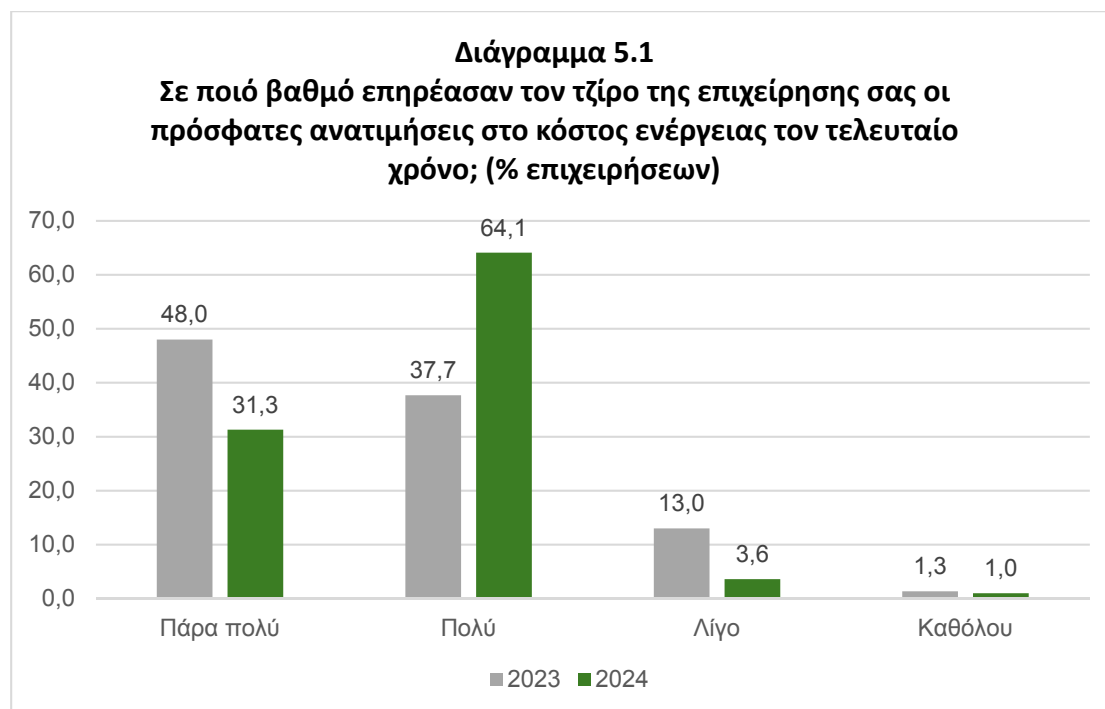
5. Οι εξελίξεις στην αγορά ενέργειας, η πράσινη μετάβαση και οι εμπορικές επιχειρήσεις

Όπως αναφέρθηκε και στις ετήσιες εκθέσεις των προηγούμενων ετών, η ενεργειακή κρίση αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα αβεβαιότητας για την παγκόσμια οικονομία και την καθημερινότητα των επιχειρήσεων. Η μεταβλητότητα των τιμών ενέργειας, η οποία εντάθηκε ύστερα από την πανδημία του COVID-19 και κορυφώθηκε μετά την 24η Φεβρουαρίου 2022 και τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία, είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους για τις επιχειρήσεις και την ενίσχυση του πληθωρισμού, ο οποίος μείωσε (και συνεχίζει σε έναν μικρότερο βαθμό να μειώνει) το βιοτικό επίπεδο των νοικοκυριών. Στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ελήφθησαν μέτρα τόσο όσον αφορά τη ζήτηση όσο και την προσφορά. Συνεπώς, εκτός από τις στρατηγικές εξοικονόμησης, η συζήτηση γύρω από τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας εξελίχθηκε σε βασικό πυλώνα της ευρωπαϊκής ενεργειακής πολιτικής. Παράλληλα, το αυξημένο ενεργειακό κόστος και, συγχρόνως, η αναγκαία προετοιμασία για την πράσινη μετάβαση ασκούν ισχυρές πιέσεις στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα, λόγω της απουσίας οικονομιών κλίμακας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις φαίνεται να πλήττονται περισσότερο σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τα δεδομένα της ποσοτικής έρευνας που διενεργήθηκε από το IN.EM.Y. αναφορικά με τα προβλήματα που πρέπει να επιλύσουν και τις προκλήσεις στις οποίες καλούνται να ανταποκριθούν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου, **διαπιστώνεται ότι η ενεργειακή κρίση έχει σημαντική επίδραση στον κύκλο εργασιών των εμπορικών επιχειρήσεων**. Η άμεση ή έμμεση επίδραση της αύξησης του ενεργειακού κόστους έχει προκαλέσει μια σειρά από σοβαρές συνέπειες.

Όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.1, ο κύκλος εργασιών των περισσότερων εμπορικών επιχειρήσεων (περίπου το 95%) έχει επηρεαστεί αρνητικά από τις αυξήσεις του ενεργειακού κόστους. Περισσότερες από τρεις στις δέκα επιχειρήσεις (31,3%) έχουν υποστεί σημαντική επίδραση, ενώ περίπου δύο στις τρεις επιχειρήσεις (64,1%) έχουν πληγεί σε μεγάλο βαθμό από την κλιμάκωση των τιμών ενέργειας. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι μόλις το 4,6% των επιχειρήσεων αναφέρει ότι ο κύκλος εργασιών τους έχει επηρεαστεί ελάχιστα ή καθόλου από τον πληθωρισμό. Συνεπώς, μπορούμε να

συμπεράνουμε ότι ο αντίκτυπος της ενεργειακής κρίσης στον κύκλο εργασιών των εμπορικών επιχειρήσεων φαίνεται να έχει υποστεί σημαντικές μεταβολές, το διάστημα μεταξύ 2023 και 2024, καθώς πέρυσι, την αντίστοιχη περίοδο, παρατηρήθηκε μεγαλύτερο ποσοστό εμπορικών επιχειρήσεων που δήλωναν ότι είχαν επηρεαστεί ελάχιστα (13%) ή καθόλου (1,3%).

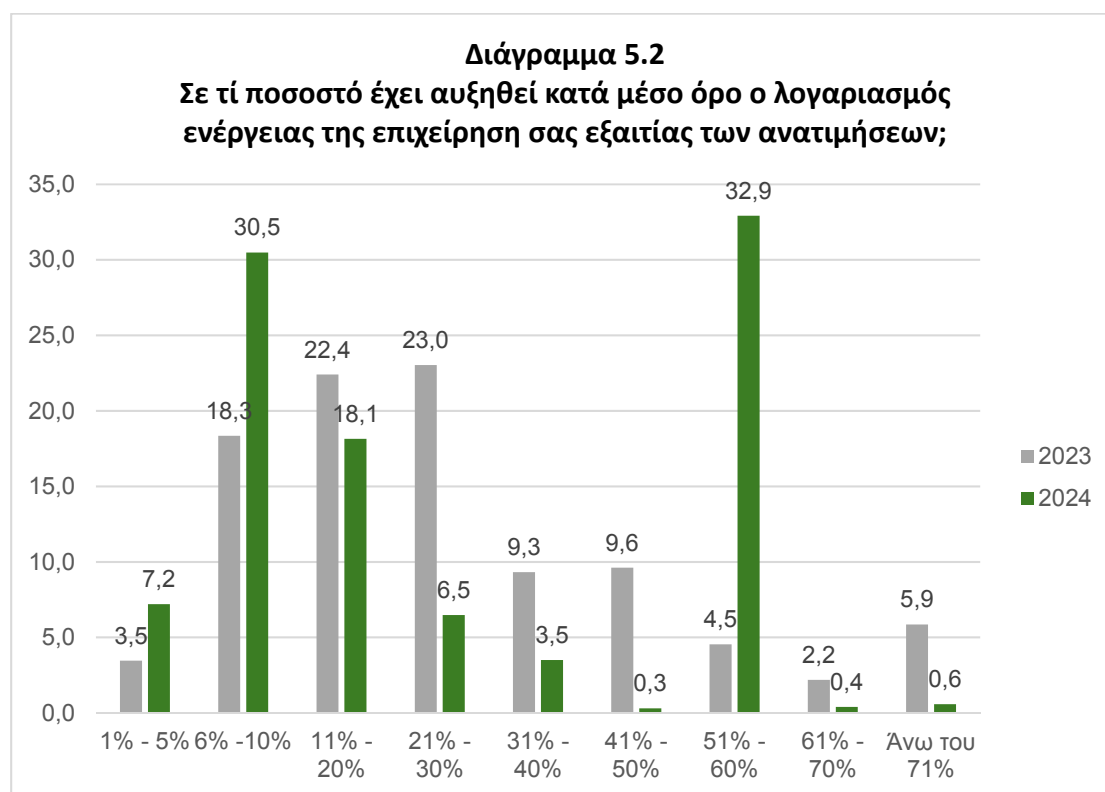


Η αποτίμηση της βαρύτητας των αρνητικών επιπτώσεων του αυξημένου ενεργειακού κόστους δεν είναι εύκολο εγχείρημα. Ωστόσο, όπως παρατηρείται στο διάγραμμα 5.2, το 7,2% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι οι αυξήσεις στο κόστος ενέργειας έχουν επηρεάσει τον κύκλο εργασιών τους σε ποσοστό μεταξύ 1% και 5%. Επιπλέον, το 30,5% θεωρεί ότι η επίπτωση κυμαίνεται μεταξύ 6% και 10%, ενώ το 18,1% αναφέρει ότι οι αυξήσεις έχουν επηρεάσει τον κύκλο εργασιών τους σε ποσοστό από 11% έως 20%. Παράλληλα, περίπου το 6,5% εκτιμά ότι οι ανατιμήσεις έχουν επιδράσει στον κύκλο εργασιών τους σε ποσοστό μεταξύ 21% και 30%, ενώ το 3,8% αναφέρει ότι η επίδραση κυμαίνεται από 31% έως 50%. Το 32,9% καταγράφει επίπτωση από 51% έως 60%. Τέλος, το 1% δηλώνει ότι η αρνητική επίδραση ξεπερνά το 60%.

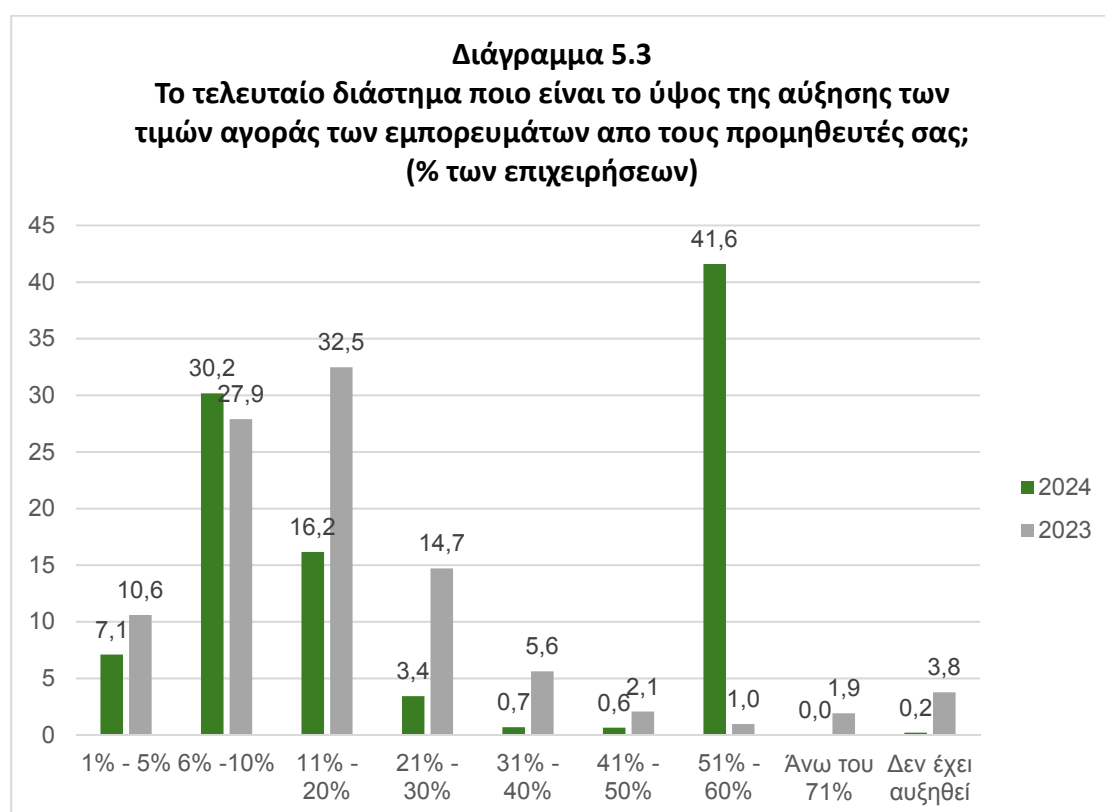
Η ανάλυση των αποτελεσμάτων αποκαλύπτει σημαντικές διαφοροποιήσεις, σε σχέση με το 2023, αναδεικνύοντας την αυξημένη ένταση των αρνητικών επιπτώσεων των ανατιμήσεων του ενεργειακού κόστους. Πιο συγκεκριμένα, στην κλίμακα του 6%-10%, το 30,5% των επιχειρήσεων αναφέρει φέτος ότι ο κύκλος εργασιών τους έχει επηρεαστεί σε αυτό το ποσοστό, ενώ, πέρυσι, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 18,3%. Αυτή

η αύξηση υποδηλώνει μια πιο ισχυρή επίδραση, σε σχέση με την περσινή χρονιά, όταν οι επιχειρήσεις παρουσίαζαν πιο ήπιες επιπτώσεις. Αξιοσημείωτη είναι η μείωση των εμπορικών επιχειρήσεων που δηλώνουν επίπτωση από 11% έως 50%, με τα ποσοστά για το 2024 να είναι μικρότερα σε σχέση με το 2023. Το 2023, τα ποσοστά στις κλίμακες 11%-20%, 21%-30% και 31%-50% κυμαίνονταν αντιστοίχως στα 22,4%, 23%, 9,3% και 9,6% του αριθμού των επιχειρήσεων, ενώ, φέτος, τα ποσοστά αυτά είναι αισθητά μειωμένα, γεγονός που καταδεικνύει μια ασυμμετρία μεταξύ των εμπορικών επιχειρήσεων, όσον αφορά τις επιπτώσεις.

Επιπλέον, το 32,9% των επιχειρήσεων αναφέρει ότι έχει αυξηθεί το κόστος ενέργειας κατά 51%-60%, αναλογία που αναδεικνύει και τον σημαντικό βαθμό επίδρασης που είχαν όλες αυτές τις ανατιμήσεις στις επιχειρήσεις, ενώ το αντίστοιχο περυσινό, στην ίδια κλίμακα, κυμαινόταν στο 4,5%. Αυτή η αύξηση υποδεικνύει ότι σχεδόν μια στις τρεις εμπορικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πλέον πολύ μεγαλύτερες δυσκολίες, σε σύγκριση με πέρυσι. Οι εν λόγω διαφοροποιήσεις αποκαλύπτουν όχι μόνο την κλιμάκωση της ενεργειακής κρίσης, αλλά και την ολοένα και πιο έντονη πίεση που δέχονται οι εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς το ενεργειακό κόστος εξακολουθεί να επηρεάζει τις οικονομικές τους επιδόσεις, σε αυξανόμενο βαθμό.



Στο διάγραμμα 5.3, παρατηρούμε αύξηση των τιμών αγοράς από τους προμηθευτές, σε διάφορα επίπεδα, επιβάρυνση η οποία μετακυλιέται στους τελικούς καταναλωτές. Το 7,1%, περίπου, των επιχειρήσεων αναφέρει αυξήσεις από το 1% έως 5%. Ακολουθούν οι αυξήσεις μεταξύ 6% και 10%, οι οποίες καταγράφονται στο 30,2% των επιχειρήσεων. Στη συνέχεια, το 16,2% των επιχειρήσεων αντιμετωπίζει αυξήσεις της τάξης του 11% έως 20%. Αυξήσεις της κλίμακας από 21% έως 30% παρατηρούνται στο 3,4% των επιχειρήσεων. Ακολουθούν οι αυξήσεις από 31% έως 50%, οι οποίες επηρεάζουν το 1,3% μόλις των επιχειρήσεων.



Με βάση τα ευρήματα, αποκαλύπτονται σημαντικές διαφοροποιήσεις όσον αφορά την ένταση των αυξήσεων των τιμών, σε σύγκριση με το 2023. Ιδιαίτερα εντυπωσιακή είναι η αύξηση του ποσοστού των εμπορικών επιχειρήσεων που επηρεάζονται από αυξήσεις της κλίμακας 51%-60%, οι οποίες, το 2024, αγγίζουν το 41,6%. Η διαφοροποίηση, σε σχέση με το 2023, είναι εξαιρετικά μεγάλη, καθώς το αντίστοιχο ποσοστό ήταν, τότε, μόλις 1%, γεγονός από το οποίο διαφαίνεται ότι, το 2024, οι αυξήσεις εντάθηκαν σε μεγαλύτερο βαθμό.

Σε αντίθεση με το 2023, η κλίμακα αυξήσεων μεταξύ 11%-50% παρουσιάζουν, φέτος, συνολικά μικρότερη ένταση. Στο προηγούμενο διάγραμμα, παρατηρήθηκε ότι, το 2023, οι επιχειρήσεις που ανήκαν στις κλίμακες αυτές παρουσίαζαν μεγαλύτερη κατανομή

και ποσοστά, με τις αυξήσεις να είναι κατανεμημένες σε μεγαλύτερο εύρος. Αντίθετα, το 2024, οι επιχειρήσεις που επηρεάζονται από αυξήσεις εύρους 11%-50% φαίνεται να μειώνονται σημαντικά, γεγονός που αντανακλά την ένταση των αυξήσεων στις υψηλότερες κλίμακες. Επίσης, θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι οι διαφοροποιήσεις αυτές ερμηνεύονται, ενδεχομένως, από την πιθανή επιλογή ορισμένων επιχειρήσεων να αλλάξουν προμηθευτή ή χώρα προέλευσης, όπως αναφέρθηκε παραπάνω.

Ειδικότερα, το γεγονός ότι η κλίμακα 51%-60% επηρεάζει τόσο μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων δείχνει ότι οι αυξήσεις δεν είναι, πλέον, απλώς συγκυριακές ή περιορισμένες σε μικρές επιχειρήσεις, αλλά πλήττουν ένα σημαντικό μέρος του εμπορικού τομέα.

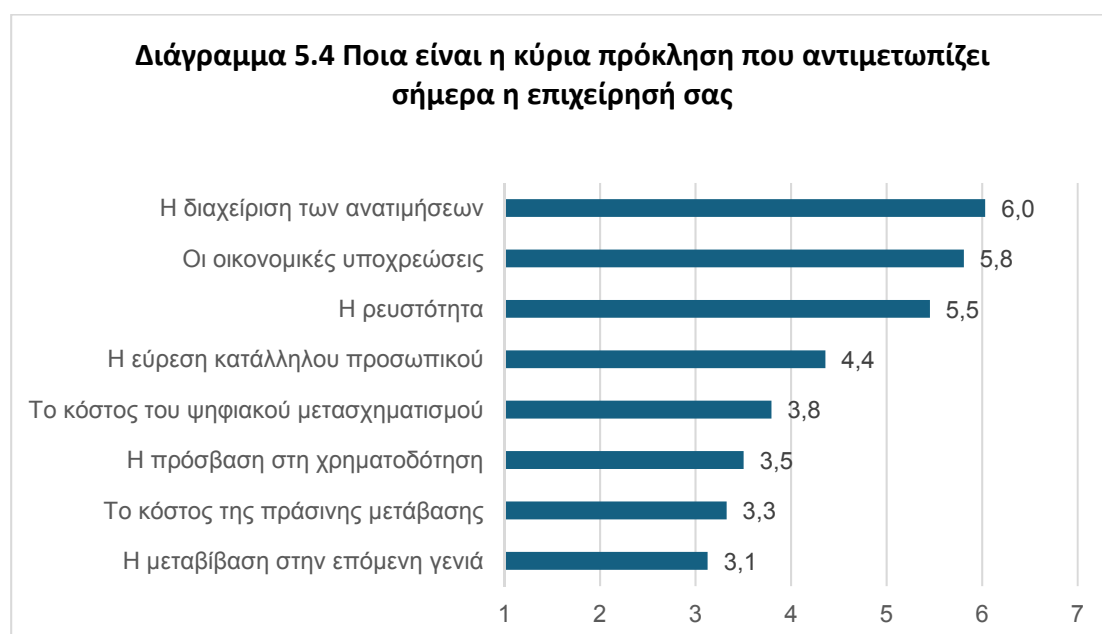
Οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να αξιολογήσουν τη σημαντικότερη πρόκληση που αντιμετώπισε η επιχείρησή τους το 2024, χρησιμοποιώντας μια κλίμακα κρισιμότητας επτά βαθμίδων, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου» και το 7 «πάρα πολύ» (διάγραμμα 5.4). Οι προκλήσεις αυτές κατατάσσονται σε δύο κατηγορίες, όπως συμβαίνει τα τρία τελευταία χρόνια: α) τις βραχυπρόθεσμες προκλήσεις (όπως, η διαχείριση των ανατιμήσεων, οι οικονομικές υποχρεώσεις, η ρευστότητα, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, το τέλος επιτηδεύματος, ο φόρος περιβάλλοντος, ο φόρος τεκμαρτού εισοδήματος και το ψηφιακό τέλος), οι οποίες συνδέονται με τη βιωσιμότητα της επιχείρησης και β) τις μακροπρόθεσμες προκλήσεις (όπως, το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού, η εύρεση του κατάλληλου προσωπικού, η διαδοχή και το κόστος της πράσινης μετάβασης), οι οποίες μπορούν, δυνητικά, να μετασχηματίσουν την επιχείρηση.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας, προκύπτει ότι οι κυριότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σχετίζονται με την οικονομική πίεση και τις εξωτερικές μεταβολές των τιμών. Η διαχείριση των ανατιμήσεων (με βαθμολογία 6) αποτελεί την πλέον επιβαρυντική πρόκληση, γεγονός που υποδηλώνει ότι η αύξηση του κόστους αγοράς προϊόντων, αλλά και το ενεργειακό κόστος επηρεάζουν έντονα τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Αμέσως μετά, οι οικονομικές υποχρεώσεις (με βαθμολογία 5,8) και η ρευστότητα (με βαθμολογία 5,5) αποτελούν βασικά προβλήματα, δείχνοντας ότι πολλές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να ανταποκριθούν στις οικονομικές τους δεσμεύσεις και να εξασφαλίσουν επαρκή κεφάλαια για τη βιωσιμότητά τους. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η έλλειψη ρευστότητας συνδέεται άμεσα με τις αυξημένες τιμές και τις δυσκολίες πρόσβασης σε χρηματοδότηση.

Το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού (με βαθμολογία 3,8) κινείται σε μέτρια επίπεδα, καταδεικνύοντας ότι οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την ανάγκη για τεχνολογική προσαρμογή. Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση (με βαθμολογία 3,5) φαίνεται να αποτελεί μέτρια πρόκληση, συγκριτικά με τις υπόλοιπες, προς διερεύνηση, προκλήσεις, εύρημα που θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις, λόγω του διαχρονικού αποκλεισμού τους από τα προγράμματα χρηματοδότησης, δεν αναγνωρίζουν πλέον την πρόσβαση στη χρηματοδότηση ως πρόκληση, αλλά μάλλον ως πρόβλημα, με δεδομένο τόσο τα κριτήρια για την ένταξη τους όσο και τις δεσμεύσεις που αυτή συνεπάγεται, όπως επίσης και την υπέρογκη φορολόγηση της ίδιας της χρηματοδότησης.

Αντιθέτως, το κόστος της πράσινης μετάβασης (με βαθμολογία 3,3) και της μεταβίβασης στην επόμενη γενιά (με βαθμολογία 3,1) εμφανίζονται ως οι λιγότερο πιεστικές προκλήσεις. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν δίνουν προτεραιότητα σε επενδύσεις βιωσιμότητας ή στη διαδοχή τους, τουλάχιστον σε αυτή τη φάση.

Συνολικά, οι επιχειρήσεις φαίνεται να προσανατολίζονται περισσότερο στην αντιμετώπιση των άμεσων οικονομικών πιέσεων, τις οποίες επιφέρουν οι βραχυπρόθεσμες προκλήσεις, όπως, οι αυξήσεις των τιμών, η ρευστότητα και οι φορολογικές υποχρεώσεις. Παράλληλα, θέματα, όπως η πράσινη μετάβαση, η ψηφιακή ανάπτυξη και η διαδοχή τους στην επόμενη γενιά, παραμένουν σημαντικά, αλλά δεν αποτελούν βασικές πιεστικές ανάγκες, στο παρόν στάδιο.



Στη συνέχεια, αναλύεται, με βαθμό επιρροής σε κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1 σημαίνει «καθόλου» και 5 «πάρα πολύ», το κατά πόσον επηρεάζουν αρνητικά τις επιχειρήσεις διάφοροι τύποι φορολόγησης, συγκεκριμένα το τέλος επιτηδεύματος, το ψηφιακό τέλος, ο φόρος τεκμαρτού εισοδήματος και ο φόρος περιβάλλοντος (διάγραμμα 5.5). Από την ανάλυση προκύπτει ότι το τέλος επιτηδεύματος, το οποίο ίσχυε επί σειρά ετών για τις επιχειρήσεις, αποτελεί ένα εμπόδιο που τις επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό (4,4). Ακολουθούν ο φόρος τεκμαρτού εισοδήματος και το ψηφιακό τέλος (4,2) και τέλος, με χαμηλότερη ένταση, ο φόρος περιβάλλοντος (3,7).

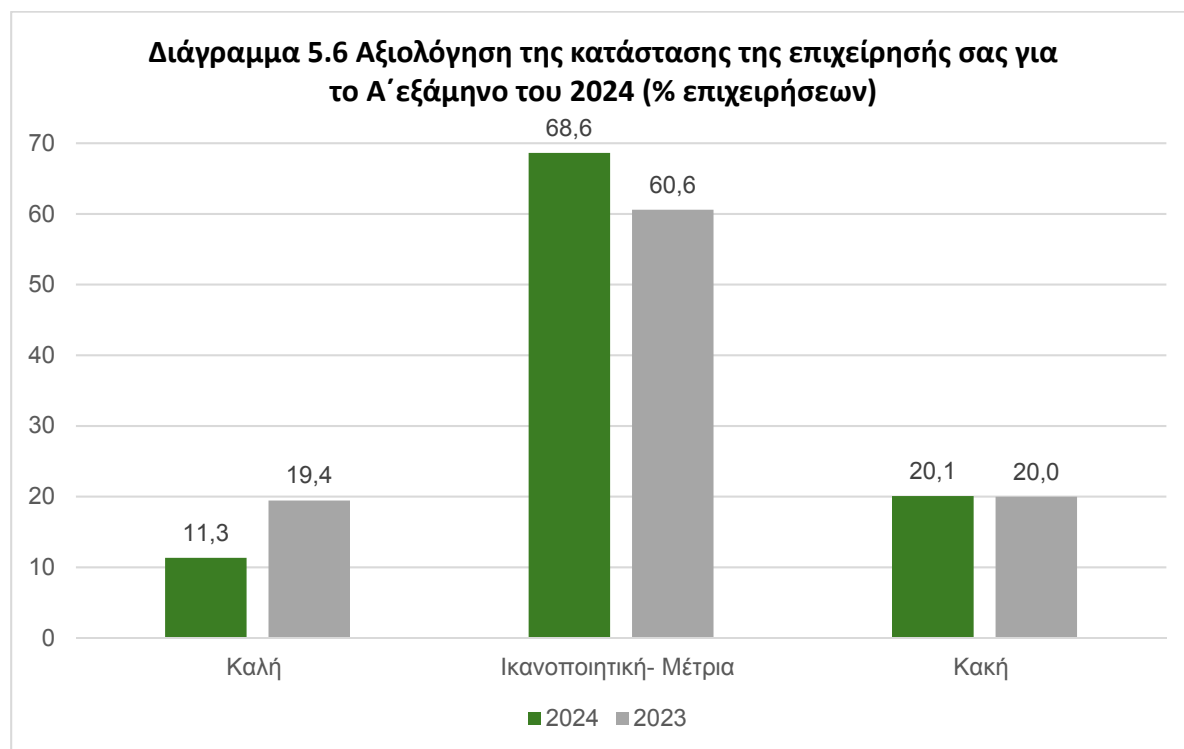


Οι αρνητικές επιπτώσεις του ενεργειακού κόστους και, κυρίως, της αβέβαιης οικονομικής κατάστασης εκφράζονται με μέτρια ένταση στις εκτιμήσεις των επιχειρήσεων σχετικά με την κατάστασή τους, κατά το Α' εξάμηνο του 2024, δηλαδή από την 1η Ιανουαρίου έως την 30η Ιουνίου 2024. Σύμφωνα με το διάγραμμα 5.6, η πλειονότητα των επιχειρήσεων (68,6%) θεωρεί ότι η κατάσταση είναι ικανοποιητική-μέτρια, το 20,1% δηλώνει ότι δεν είναι καλή, ενώ μόλις το 11,3% πιστεύει ότι είναι καλή. Από τη σύγκριση των δεδομένων μεταξύ του Α' εξαμήνου του 2023 και του Α' εξαμήνου του 2024, προκύπτουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών σχετικά την κατάσταση της επιχείρησής τους. Αρχικά, το ποσοστό των επιχειρήσεων που αξιολογούν την κατάσταση τους ως ικανοποιητική-μέτρια εμφανίζεται αυξημένο, το 2024, αγγίζοντας το 68,6%, έναντι 60,6%, το 2023.

Παράλληλα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι η κατάστασή τους δεν είναι καλή παραμένει ουσιαστικά αμετάβλητο, με 20,1%, το 2024, έναντι 20%, το 2023.

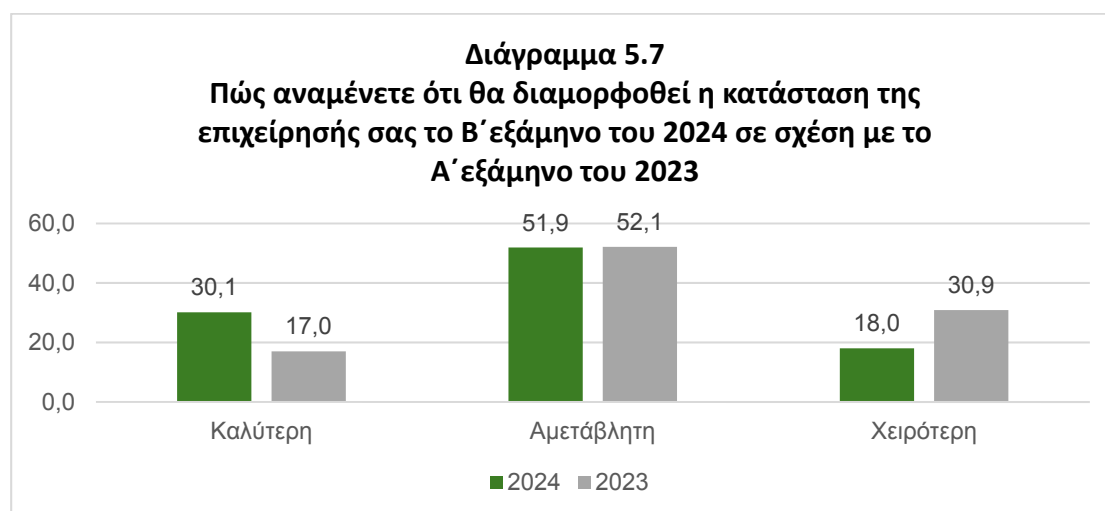
Ωστόσο, η πιο αξιοσημείωτη μεταβολή αφορά το ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι βρίσκονται σε καλή οικονομική κατάσταση. Το 2023, το ποσοστό αυτό ανερχόταν στο 19,4%, ενώ, το 2024, μειώνεται σημαντικά στο 11,3%, σημειώνοντας πτώση κατά 8,1 ποσοστιαίες μονάδες. Η μείωση αυτή αντανακλά μια σαφή υποχώρηση της αισιοδοξίας στον επιχειρηματικό τομέα, καθώς λιγότερες επιχειρήσεις εκτιμούν ότι βρίσκονται σε ευνοϊκή οικονομική θέση. Η επιδείνωση του κλίματος που επικρατεί στο οικοσύστημα των εμπορικών επιχειρήσεων αποτυπώνεται και στα σχετικά δευτερογενή δεδομένα που αναλύονται σε άλλα μέρη της *Ετήσιας Έκθεσης*.

Συμπερασματικά, η ανάλυση των δεδομένων καταδεικνύει ότι, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, περισσότερες επιχειρήσεις αξιολογούν την οικονομική τους κατάσταση ως ικανοποιητική- μέτρια, ενώ η αισιοδοξία για βελτίωση περιορίζεται. Αντίθετα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνουν επιδείνωση παραμένει σταθερό, γεγονός που ενδέχεται να δείχνει μια παγιωμένη δυσχέρεια στο επιχειρηματικό περιβάλλον, χωρίς ενδείξεις άμεσης ανάκαμψης.



Το διάγραμμα 5.7 καταδεικνύει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις (51,9%) εκτιμούν ότι η οικονομική τους κατάσταση θα παραμείνει αμετάβλητη κατά το Β' εξάμηνο του 2024, συγκριτικά με το Α' εξάμηνο του ίδιου έτους. Η εκτίμηση αυτή επιβεβαιώνει μια τάση στασιμότητας στην αγορά, καθώς περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις δεν αναμένουν κάποια ουσιαστική βελτίωση ή επιδείνωση. Το εύρημα αυτό είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτο, δεδομένου ότι το Β' εξάμηνο του έτους θεωρείται παραδοσιακά πιο ευνοϊκό για τις επιχειρηματικές επιδόσεις, κυρίως λόγω εποχικότητας και εορτών. Παρά το γεγονός αυτό, η διατήρηση μιας σταθερής – και όχι βελτιωμένης – κατάστασης αντικατοπτρίζει είτε την έλλειψη δυναμικής ανάπτυξης είτε τις συνεχιζόμενες αβεβαιότητες που περιορίζουν τις προοπτικές ανάκαμψης.

Περίπου τρεις στις δέκα επιχειρήσεις (30,1%) εκτιμούν ότι η οικονομική τους κατάσταση θα βελτιωθεί κατά το Β' εξάμηνο του 2024, σε σύγκριση με το Α' εξάμηνο του ίδιου έτους. Το εύρημα αυτό θα μπορούσε να ερμηνευτεί ως μια αυξημένη αισιοδοξία των επιχειρηματιών για την πορεία της αγοράς στο δεύτερο μισό του έτους. Ωστόσο, η εκτίμηση αυτή αποκτά ιδιαίτερη σημασία, καθώς τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι το Α' εξάμηνο του 2024 δεν ήταν ιδιαίτερα θετικό για τις εμπορικές επιχειρήσεις. Επιπροσθέτως, λιγότερες από μια στις πέντε επιχειρήσεις (18%) εκτιμούν ότι η οικονομική τους κατάσταση θα επιδεινωθεί κατά το Β' εξάμηνο του 2024, σε σύγκριση με το Α' εξάμηνο του ίδιου έτους. Αυτή η συγκριτικά χαμηλή πρόβλεψη ενδέχεται να οφείλεται στο γεγονός ότι το Β' εξάμηνο του έτους συμπίπτει με περιόδους αυξημένης οικονομικής δραστηριότητας, όπως η τουριστική και η εορταστική περίοδος, οι οποίες διαδραματίζουν καθοριστικό ρόλο στην αγορά.



Όσον αφορά τις προβλέψεις των επιχειρήσεων για την πορεία της οικονομικής τους κατάστασης, παρατηρούνται σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των ετών 2023 και 2024. Οι διαφορές αυτές αναδεικνύουν τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και τις προσδοκίες των επιχειρήσεων, αποτυπώνοντας τις τάσεις αισιοδοξίας ή επιφυλακτικότητας που επικρατούν σε κάθε περίοδο. Αρχικά, το ποσοστό των επιχειρήσεων που εκτιμούν ότι η κατάστασή τους θα παραμείνει αμετάβλητη παρουσιάζει ελάχιστη διαφοροποίηση μεταξύ των δύο ετών, με 52,1%, το 2023, και 51,9%, το 2024. Αυτή η σχεδόν ταυτόσημη κατανομή υποδηλώνει ότι, ανεξαρτήτως οικονομικών συνθηκών, ένας σταθερός πυρήνας επιχειρήσεων εξακολουθεί να θεωρεί ότι δεν θα υπάρξει ουσιαστική μεταβολή στην πορεία τους.

Ωστόσο, η πιο σημαντική μεταβολή καταγράφεται στις εκτιμήσεις για βελτίωση ή επιδείνωση της κατάστασης των επιχειρήσεων. Ειδικότερα, το 2023, ένα σημαντικό ποσοστό, 30,9%, προέβλεπε επιδείνωση, ενώ μόλις το 17% ανέμενε βελτίωση. Αντίθετα, το 2024, η εικόνα αυτή αντιστρέφεται πλήρως: πλέον, τρεις στις δέκα επιχειρήσεις (30,1%) εκτιμούν ότι η κατάστασή τους θα βελτιωθεί, ενώ μόλις το 18% αναμένει επιδείνωση.

Αυτή η αντιστροφή των προσδοκιών υποδηλώνει μια αλλαγή κλίματος στην αγορά, με τις επιχειρήσεις να εμφανίζονται περισσότερο αισιόδοξες, όσον αφορά το Β' εξάμηνο του 2024, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2023. Παράγοντες, όπως η τουριστική περίοδος, η εορταστική κατανάλωση και, ενδεχομένως, η προσαρμογή των επιχειρήσεων στις προκλήσεις των προηγούμενων ετών, φαίνεται να ενισχύουν την αισιοδοξία τους. Συμπερασματικά, αν και η στασιμότητα εξακολουθεί να χαρακτηρίζει μεγάλο μέρος της αγοράς, η μετατόπιση από τις αρνητικές προς τις θετικές προβλέψεις, αναφορικά με το Β' εξάμηνο του 2024, αποτελεί ένδειξη σταδιακής βελτίωσης της επιχειρηματικής εμπιστοσύνης.

Με βάση τα δεδομένα που παρατίθενται, η ενεργειακή κρίση και οι συνέπειές της φαίνεται να επηρεάζουν τις εμπορικές επιχειρήσεις σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό, το 2024, σε σύγκριση με το 2023. Οι ανατιμήσεις στο ενεργειακό κόστος, το 2024, εμφανίζονται να πλήττουν σε μεγαλύτερη κλίμακα τις επιχειρήσεις. Η αύξηση των λογαριασμών ενέργειας καταγράφεται, μάλιστα, σε υψηλότερα επίπεδα, από το προηγούμενο έτος, γεγονός που υποδηλώνει την εντεινόμενη πίεση στο λειτουργικό κόστος των επιχειρήσεων. Το ποσοστό της αύξησης του κόστους, όσον αφορά τις αγορές εμπορευμάτων από τους προμηθευτές, ενισχύεται επίσης σημαντικά, εντείνοντας την οικονομική επιβάρυνση και επιδεινώνοντας περαιτέρω τις συνθήκες για τις εμπορικές επιχειρήσεις.

6. Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία της έρευνας είναι ποσοτική, ούτως ώστε να αποτυπώνονται οι γενικές τάσεις και να καθίσταται εφικτή η στατιστική γενίκευση των αποτελεσμάτων στον υπό έρευνα πληθυσμό-στόχο. Η τεχνική συλλογής των δεδομένων που εφαρμόστηκε στην έρευνα πεδίου είναι η τηλεφωνική συνέντευξη με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από κλειστές ερωτήσεις απλής και πολλαπλής επιλογής και από ερωτήσεις διαβάθμισης

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν από καταρτισμένους ερευνητές, οι οποίοι έλαβαν ειδική εκπαίδευση για τη διενέργεια της έρευνας. Καθ' όλη δε τη διάρκεια της έρευνας συμμετείχαν επόπτες, υπεύθυνοι για την ορθή διενέργεια των συνεντεύξεων. Η περίοδος συλλογής των δεδομένων διήρκεσε από 11/10/2024 έως 10/01/2025 (35 εργάσιμες ημέρες).

6.1. Πληθυσμός - στόχος, δείγμα της έρευνας και τεχνική δειγματοληψίας

Ο πληθυσμός-στόχος της έρευνας πεδίου εμπεριέχει όλες τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου σε πανελλαδικό επίπεδο, πλην πέντε κατηγοριών δραστηριότητας σε κλίμακα τετραψήφιου ΣΤΑΚΟΔ. Συγκεκριμένα, εκτός πληθυσμού-στόχου έχουν τεθεί οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο καυσίμων και φαρμάκων, τα σουπερμάρκετ, τα πολυκαταστήματα, καθώς και οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου σε υπαίθριους πάγκους και αγορές. Το πραγματοποιηθέν δείγμα της πρωτογενούς έρευνας αποτελείται από 558 επιχειρήσεις, με κύριο κλάδο δραστηριότητας το Λιανικό εμπόριο στις κατηγορίες του πληθυσμού στόχου.

Αναλυτικότερα, σχεδιάστηκε στρωματοποιημένη (stratified) δειγματοληψία με μεταβλητές στρωμάτωσης την Περιφέρεια (13 στρώματα - strata) και τη δραστηριότητα σε επίπεδο τετραψήφιου ΣΤΑΚΟΔ (20 στρώματα), εντός των οποίων ο πληθυσμός-στόχος κατανέμεται σε ομοιογενείς υποπληθυσμούς. Υπολογίστηκε αναλογικά το πλήθος των επιχειρήσεων που θα συμμετείχαν σε κάθε στρώμα και για τις δύο μεταβλητές στρωμάτωσης, βάσει της κατανομής του στατιστικού μητρώου επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ.

Τέλος, για την εκτίμηση των χαρακτηριστικών της έρευνας και την αναγωγή στον πληθυσμό-στόχο, κάθε επιχείρηση σταθμίστηκε με κατάλληλο αναγωγικό συντελεστή. Βάσει του σχεδιασμού, κάθε περιοχή αναφοράς λαμβάνει συγκεκριμένους συντελεστές βαρύτητας, ώστε να διασφαλίζεται η όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτική συμμετοχή κάθε κατηγορίας του πληθυσμού στο λιανικό εμπόριο. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκαν 24 κλάσεις στάθμισης (weighting classes), και τα δεδομένα ομαδοποιήθηκαν σε τέσσερις μεγάλες γεωγραφικές περιοχές και έξι κλάδους δραστηριότητας, έτσι ώστε το σταθμισμένο αποτέλεσμα του πλήθους των επιχειρήσεων να ανέρχεται στον ακριβή αριθμό των επιχειρήσεων του πληθυσμού-στόχου.

6.2. Σύγκριση βασικών χαρακτηριστικών επιχειρήσεων έρευνας πεδίου και διαθέσιμων στοιχείων ΕΛΣΤΑΤ

Δεδομένου ότι οι εκτιμήσεις των παραμέτρων του δείγματος γενικεύονται στον πληθυσμό-στόχο, είναι σημαντική η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, όσον αφορά βασικά χαρακτηριστικά και μεγέθη των επιχειρήσεων. Επιπλέον, είναι σημαντικό να ελεγχθεί αν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων του δείγματος προσεγγίζουν ικανοποιητικά τις αντίστοιχες πραγματικές κατανομές, ώστε να μειωθεί, όσο το δυνατόν, το μεροληπτικό σφάλμα στις ποιοτικές ερωτήσεις της έρευνας.

Αρχικά, παρουσιάζονται οι κατανομές της νομικής μορφής των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, βάσει του μητρώου επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ του έτους για τον πληθυσμό-στόχο της έρευνας, και των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στο δείγμα της έρευνας πεδίου. Συγκρίνοντας τις δύο κατανομές, είναι εμφανές ότι η διάρθρωση του δείγματος, όσον αφορά τη νομική μορφή, προσεγγίζει τα πραγματικά δεδομένα.

Νομική μορφή: Σύγκριση		
Νομική μορφή	Μητρώο ΕΛΣΤΑΤ	Έρευνα πεδίου 2024
ΟΕ - ΑΤΟΜΙΚΗ - ΕΕ	96,4%	92,3%
ΑΕ - ΕΠΕ	2,6%	4,9%
Άλλο	1,0%	2,8%
Σύνολο	100%	100,0%

Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο δείγμα πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικές του πληθυσμού-στόχου και ως προς το μέγεθός τους. Υπάρχουν δύο σημαντικοί παράγοντες που καθορίζουν το μέγεθος της επιχείρησης: α) ο κύκλος εργασιών και β) ο αριθμός των ατόμων που απασχολούνται σε αυτήν. Και για τα δύο χαρακτηριστικά υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από το μητρώο επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ.

Στον Πίνακα «Κύκλος εργασιών» παρουσιάζονται οι κατανομές του ετήσιου κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων για το σύνολο του λιανικού εμπορίου και, συγκεκριμένα, των επιχειρήσεων που αποτελούν τον πληθυσμό-στόχο της έρευνας πεδίου, βάσει του μητρώου επιχειρήσεων. Διαχρονικά, η κατανομή των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στο δείγμα προσεγγίζει ικανοποιητικά τη γενική κατανομή των επιχειρήσεων του πληθυσμού-στόχου στο σύνολο των διενεργειών. Τυχόν διαφοροποιήσεις στο σύνολο του λιανικού εμπορίου και του δείγματος έγκεινται στο γεγονός ότι ο πληθυσμός-στόχος δεν συμπεριλαμβάνει επιχειρήσεις με υψηλό κύκλο εργασιών, όπως τα σουπερμάρκετ, τα φαρμακεία, τα πρατήρια καυσίμων και τα πολυκαταστήματα.

Κύκλος εργασιών: Σύγκριση		
Κύκλος εργασιών (σε χιλιάδες ευρώ)	Σύνολο λιανικού εμπορίου	Πληθυσμός - στόχος λιανικού εμπορίου
Έως 20	33%	35%
20 έως 70	27%	31%
70 έως 150	13%	15%
150 έως 500	13%	11%
Άνω των 500	14%	8%
Σύνολο	100%	100%

Όσον αφορά τον αριθμό των απασχολούμενων, όπως αποτυπώνεται στο μητρώο της ΕΛΣΤΑΤ, οι επιχειρήσεις κατηγοριοποιούνται σε δύο υποπληθυσμούς: επιχειρήσεις με αριθμό απασχολούμενων έως 10 άτομα και επιχειρήσεις με πάνω από 11 απασχολούμενους, και, όπως φαίνεται στον Πίνακα «Αριθμός απασχολούμενων», υπάρχει σημαντική ταύτιση των δύο κατανομών.

Αριθμός απασχολούμενων		
Αριθμός απασχολούμενων	Πληθυσμός - στόχος λιανικού εμπορίου	Έρευνα πεδίου
Έως και 10 άτομα	98,8%	98%
11 άτομα και άνω	1,2%	2,0%
Σύνολο	100%	100%

Επιπρόσθετα, θα παρουσιαστούν και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων. Τα παρακάτω επίσημα στοιχεία αφορούν το φύλο, την ηλικία και την εκπαίδευση των αυτοαπασχολουμένων³ στο σύνολο του λιανικού εμπορίου και όχι στον πληθυσμό-στόχο, καθώς τα διαθέσιμα δεδομένα διατίθενται έως διψήφια ανάλυση. Ο Πίνακας «Δημογραφικά χαρακτηριστικά» παρουσιάζει τις κατανομές των δημογραφικών χαρακτηριστικών, σύμφωνα με την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ του τελευταίου διαθέσιμου Β' τριμήνου, τα οποία συγκρίνονται με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της έρευνας που πραγματοποιήθηκε από το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y.), σε συγκεκριμένες, όμως, κατηγορίες του κλάδου.

Δημογραφικά χαρακτηριστικά		
Φύλο	Έρευνα πεδίου (%)	Έρευνα εργατικού δυναμικού, β' τρίμηνο (%)
Άνδρας	66,4	73,5
Γυναίκα	33,6	26,5
Ηλικία	Έρευνα πεδίου (%)	Έρευνα εργατικού δυναμικού, β' τρίμηνο (%)
Έως 24	0,4	0,7
25-34	4,5	7,8
35-44	17,1	29,4
45-54	36,7	35,1
55-64	34,3	23,2
65 ΚΑΙ ΑΝΩ	6,7	3,9
Επίπεδο εκπαίδευσης	Έρευνα πεδίου (%)	Έρευνα εργατικού δυναμικού, β' τρίμηνο (%)
Κατώτερη	2,5	8,7
Μέση	57,5	65,6
Ανώτερη	40,0	25,7

Συμπερασματικά, το δείγμα που συλλέγεται για τη συγκεκριμένη έρευνα κρίνεται επαρκές, καθώς προσεγγίζει σημαντικά τον πληθυσμό-στόχο, ώστε να παρέχει τη δυνατότητα για ασφαλείς αναγωγές τόσο των σημειακών εκτιμήσεων σε ποσοτικές παραμέτρους όσο και των ποιοτικών ερωτήσεων, δεδομένου ότι το δείγμα έχει σταθμιστεί με βάση τους κατάλληλους αναγωγικούς συντελεστές, διατηρώντας την αντιπροσωπευτικότητα, όσον αφορά τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά των μονάδων.

³ με ή χωρίς προσωπικό

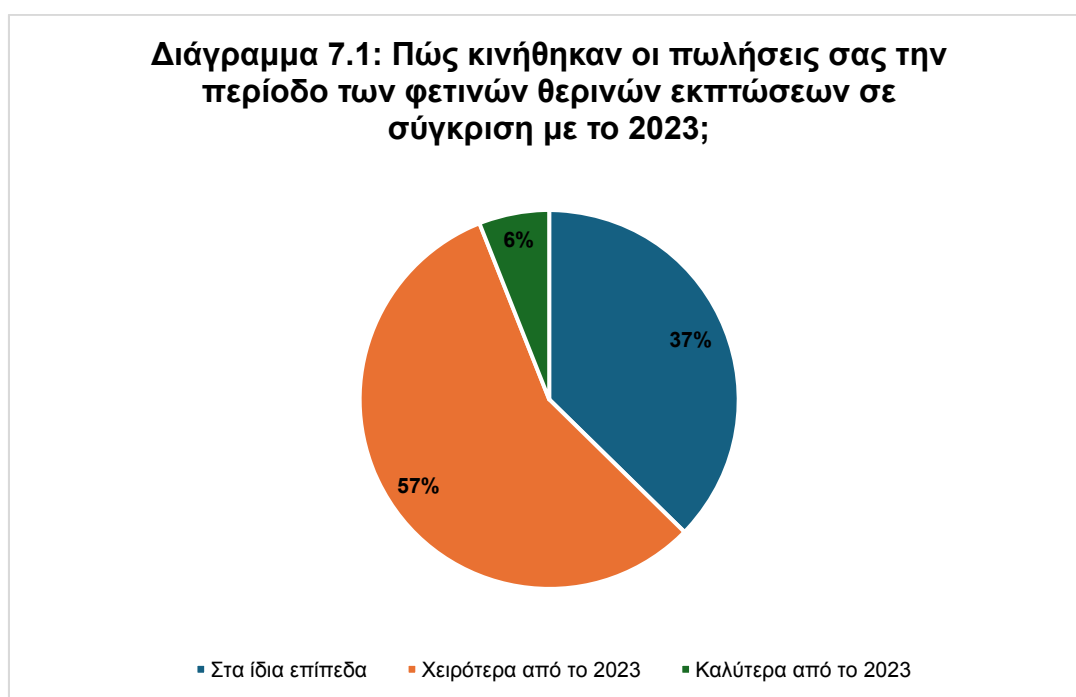
ΜΕΡΟΣ Β.

7. Ανασκόπηση Ερευνών που διεξήχθησαν σε συγκεκριμένες περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας

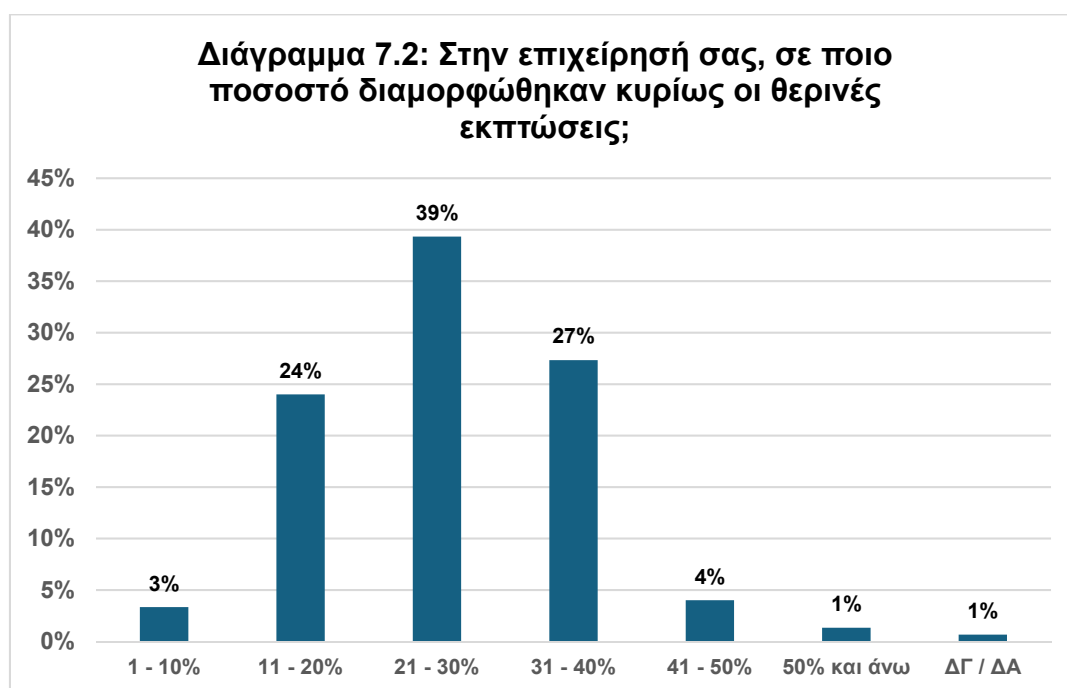
7.1. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων 2024

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας όσον αφορά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων του 2024 αποκαλύπτει την επίδραση των διαρκών ανατιμήσεων στην ελαστικότητα της ζήτησης και την αυξανόμενη, σχεδόν υπαρξιακή, ανάγκη των εμπορικών επιχειρήσεων για άμεση και ουσιαστική ενίσχυση της ρευστότητάς τους.

Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, το 57% των ΠΜΕ και ΜΜΕ κατέγραψε αισθητά χαμηλότερα επίπεδα πωλήσεων, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους (διάγραμμα 7.1). Το στοιχείο αυτό δεν αποτελεί ένα απλό, συγκυριακό φαινόμενο, αλλά αντανακλά τη διαρκή συρρίκνωση του διαθέσιμου πραγματικού εισοδήματος και της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών. Η σωρευτική επίδραση του πληθωρισμού έχει δημιουργήσει ένα ψυχολογικό και οικονομικό κλίμα έντονης επιφυλακτικότητας στους καταναλωτές, οι οποίοι, καθώς βρίσκονται αντιμέτωποι με μια αυξημένη αβεβαιότητα, όσον αφορά τις μελλοντικές οικονομικές τους προοπτικές, αλλά και με την αισθητή μείωση της αγοραστικής τους δύναμης, υιοθετούν μια εξαιρετικά συντηρητική καταναλωτική συμπεριφορά, περιορίζοντας δραστικά τη ζήτηση αγαθών ελαστικής ζήτησης και επιδεικνύοντας αξιοσημείωτη φειδώ, ακόμη και κατά τη διάρκεια των, θεωρητικά, ευνοϊκών εκπτώτικων περιόδων.

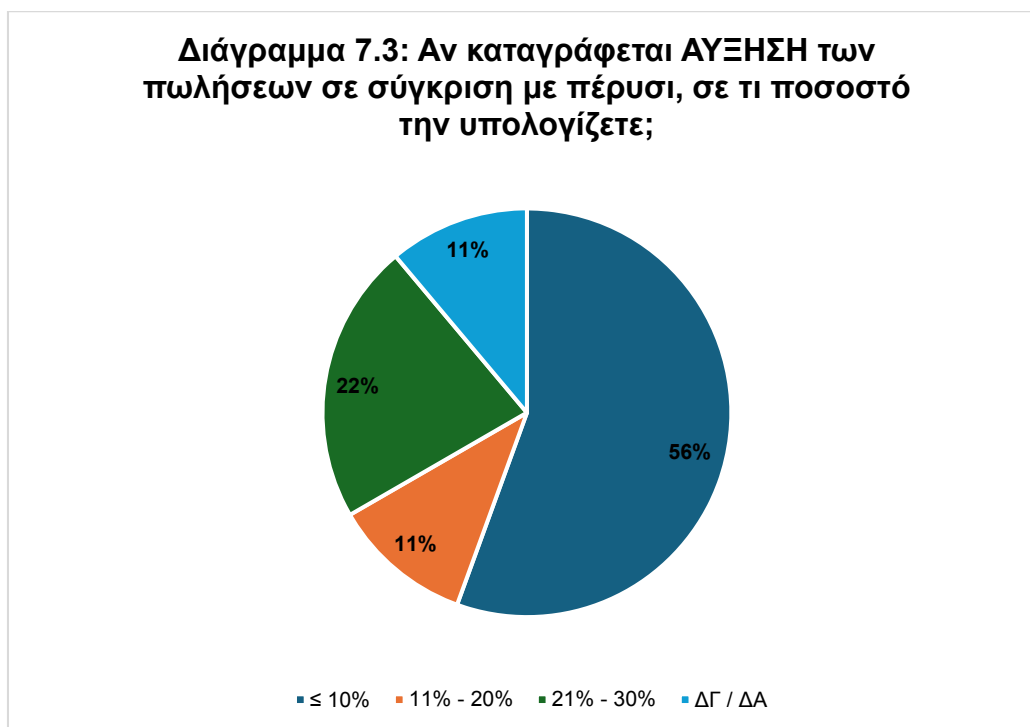


Η επιτακτική ανάγκη των εμπορικών επιχειρήσεων για άμεση ρευστοποίηση των αποθεμάτων τους τεκμηριώνεται από το γεγονός ότι το 32% από αυτές που συμμετείχαν στη θερινή εκπτωτική περίοδο αναγκάστηκε να προβεί σε εκπτώσεις που υπερβαίνουν το όριο του 30% (διάγραμμα 7.2), γεγονός που υπογραμμίζει τις πιεστικές και διαρκείς προκλήσεις της ρευστότητας που αντιμετωπίζουν. Σε ένα οικονομικό περιβάλλον, όπου το λειτουργικό κόστος (το οποίο περιλαμβάνει το ενεργειακό κόστος, τα ενοίκια, το κόστος των προμηθευτών και το κόστος εργασίας) παραμένει σε, ανησυχητικά, υψηλά επίπεδα, και οι πολλαπλές φορολογικές υποχρεώσεις επιβαρύνουν περαιτέρω την ήδη εύθραυστη οικονομική τους κατάσταση, η αδυναμία επίτευξης ικανοποιητικών επιπέδων πωλήσεων δημιουργεί έναν αρνητικό κύκλο επιδόσεων.



Οι χαμηλότερες πωλήσεις οδηγούν αναπόφευκτα σε μειωμένα ταμειακά διαθέσιμα, καθιστώντας εξαιρετικά δυσχερή την κάλυψη των τρεχουσών λειτουργικών αναγκών, την έγκαιρη αποπληρωμή των ληξιπρόθεσμων και τρεχουσών οικονομικών υποχρεώσεων και την πραγματοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων σε καινοτομία, τεχνολογική αναβάθμιση και ψηφιακό μετασχηματισμό, τομείς που αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για τη μελλοντική τους ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα. Σύμφωνα με το διάγραμμα 7.3, το ανησυχητικό εύρημα είναι ότι ακόμη και στις περιορισμένες περιπτώσεις, όπου σημειώθηκε μια οριακή αύξηση του κύκλου εργασιών, αυτή δεν ξεπέρασε το (μάλλον χαμηλό) όριο του 10%, όσον αφορά τις

περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις (56%), ενώ για την πλειονότητα των επιχειρήσεων, οι οποίες υπέστησαν μείωση του κύκλου εργασιών (75%), η υποχώρηση ήταν σημαντικά ισχυρότερη του 10%. Το στοιχείο αυτό υποδεικνύει τις εύθραυστες επιδόσεις του οικοσυστήματος του λιανικού εμπορίου, το οποίο σχολιάζεται σε μια σειρά από σχετικές επιστημονικές εργασίες⁴.



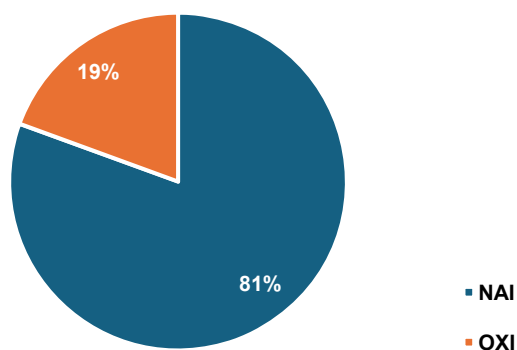
Η σταδιακά εδραιωμένη κουλτούρα των πωλήσεων εκτός φυσικού καταστήματος, παρά την αναγνωρισμένη αυξανόμενη σημασία της, δεν φαίνεται να είναι σε θέση να αντισταθμίσει πλήρως τις σημαντικές απώλειες που καταγράφει το παραδοσιακό (φυσικό) κανάλι πωλήσεων, ιδίως όσον αφορά τις μικρότερες επιχειρήσεις, οι οποίες αντιμετωπίζουν συχνά σημαντικές δυσκολίες αναφορικά με την αποτελεσματική ανταπόκριση, αλλά και με το υψηλό κόστος του απαραίτητου ψηφιακού μετασχηματισμού, καθώς και με την ανάπτυξη των σχετικών ικανοτήτων του προσωπικού τους, μέσω της διαρκούς κατάρτισής του, ως μορφής επιπλέον επένδυσης.

⁴ Β. Αρανίτου (2021), *Retailing: Ιστορία, Οικονομία, Μετασχηματισμοί στο Λιανικό Εμπόριο*, Αθήνα: Εκδόσεις Κέρκυρα.

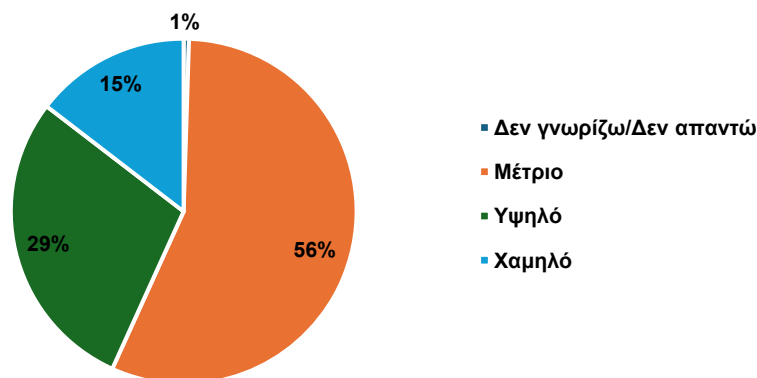
7.2. Έρευνα συμμετοχής των εμπορικών επιχειρήσεων στην εμπορική περίοδο «Black Friday 2024»

Η παρουσίαση των ευρημάτων της έρευνας σχετικά με την εμπορική περίοδο «Black Friday 2024» υποδεικνύει μια φαινομενικά αντιφατική, αλλά αποκαλυπτική εικόνα, όπου η αυξημένη συμμετοχή των εμπορικών επιχειρήσεων (81%) (διάγραμμα 7.4) και η καταγεγραμμένη μέτρια ικανοποίηση από τα επίπεδα των πωλήσεων (56%) (διάγραμμα 7.5) υποδηλώνουν μια παροδική και εφήμερη τόνωση της καταναλωτικής ζήτησης, η οποία δεν αναιρεί, ωστόσο, τις βαθύτερες, συστημικές και διαρκείς οικονομικές αντιξοότητες, οι οποίες εξακολουθούν να βαρύνουν τις ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου.

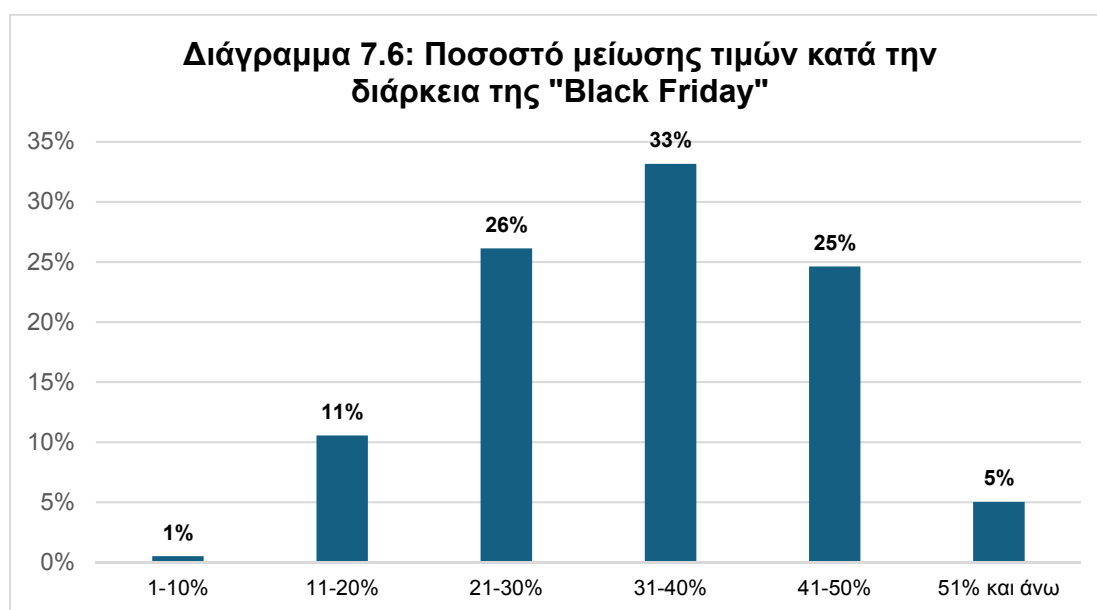
Διάγραμμα 7.4: Συμμετοχή (%) επιχειρήσεων στην πρακτική της "Black Friday 2024"



Διάγραμμα 7.5: Βαθμός ικανοποίησης από τις πωλήσεις/τζίρο την περίοδο της "Black Friday"



Η αυξημένη επισκεψιμότητα στα φυσικά καταστήματα, παρά τις εύλογες ανησυχίες που προκλήθηκαν από τις δυσμενείς καιρικές συνθήκες, κατά την εν λόγω περίοδο, μαρτυρά την κινητικότητα των καταναλωτών, αλλά και την προσδοκία τους για ανεύρεση ελκυστικών ευκαιριών και σημαντικών εκπτώσεων, ως έναν αμυντικό μηχανισμό για την αποτελεσματική αντιμετώπιση της αυξανόμενης οικονομικής πίεσης, την οποίαν υφίστανται στην καθημερινότητά τους. Ωστόσο, η μέτρια ικανοποίηση που καταγράφει η πλειονότητα των επιχειρήσεων από τα επιτευχθέντα επίπεδα πωλήσεων (διάγραμμα 7.5) υποδηλώνει, με σαφήνεια, ότι η αύξηση του συνολικού όγκου των συναλλαγών δεν μεταφράστηκε, απαραίτητα, σε μια ανάλογη και ουσιαστική αύξηση της συνολικής κερδοφορίας τους, γεγονός που συνδέεται άμεσα με την επιτακτική ανάγκη προσφοράς ιδιαίτερα γενναϊόδωρων εκπτώσεων (άνω του 3% της αρχικής τιμής) για ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων, της τάξεως του 63%), όπως φαίνεται στο διάγραμμα 7.6.



Η ευρέως διαδεδομένη στρατηγική της επέκτασης της περιόδου «Black Friday 2024» σε ολόκληρη την εβδομάδα, την οποίαν ακολούθησαν οι μισές σχεδόν επιχειρήσεις, αποτελεί μια προσπάθεια για τη μέγιστη δυνατή αξιοποίηση της καταναλωτικής κινητικότητας, η οποία συνεπάγεται, ενδεχομένως, μια επιπλέον, και μάλιστα σημαντική, συμπίεση των ήδη περιορισμένων περιθωρίων κέρδους τους. Η αυξανόμενη κυριαρχία των ψηφιακών μέσων πληρωμών στις συναλλαγές που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της «Black Friday 2024» υπογραμμίζει την αναμφισβήτητη αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών, αλλά δύναται να απαλύνει τις υποκείμενες και διαρκείς οικονομικές δυσχέρειες που αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ και

MME. Η εστίαση της επικοινωνιακής στρατηγικής των επιχειρήσεων στη φυσική βιτρίνα του καταστήματος και στην αποστολή στοχευμένων ενημερωτικών μηνυμάτων, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ως βασικές πρακτικές, υποδηλώνει μια προσπάθεια προσέλκυσης πελατών με σχετικά χαμηλό διαφημιστικό κόστος, σε ένα οικονομικό περιβάλλον, όπου οι διαθέσιμοι προϋπολογισμοί για διαφήμιση ενδέχεται να είναι σημαντικά περιορισμένοι, λόγω της συνεχιζόμενης έλλειψης επαρκούς ρευστότητας. Συνολικά, η πρακτική της «Black Friday 2024», παρά την πρόσκαιρη και φαινομενική κινητικότητα που προκάλεσε στην αγορά, δεν φαίνεται να αποτελεί μια ουσιαστική και μακροπρόθεσμη λύση στις ενδημικές οικονομικές προκλήσεις, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ,.

7.3 Έρευνα για το Χριστουγεννιάτικο Τραπέζι 2024

Η εκτίμηση του κόστους του χριστουγεννιάτικου τραπέζιού, για το έτος 2024 (Πίνακας 7.1), αποκαλύπτει μια μάλλον ανησυχητική τάση: την αύξηση του κόστους κατά 4,8% έως 6,1%, σε σύγκριση με εκείνο του 2023.

Αυτή η διαπιστωμένη, και ποσοτικά προσδιορισμένη, αύξηση δεν αποτελεί ένα μεμονωμένο και τυχαίο δεδομένο, αλλά συνιστά μια ισχυρή ένδειξη της διαρκούς πίεσης, την οποίαν επιφέρουν οι πληθωριστικές ανατιμήσεις στην κρίσιμη αγορά των τροφίμων και των ποτών, ενός τομέα άμεσης και καθημερινής σημασίας για την πλειονότητα των νοικοκυριών.

Πίνακας 7.1	Κόστος (€)/ μονάδα 2024	Ποσότητα	Συνολικό κόστος (€) 2024	Συνολικό κόστος (€) 2023	Μεταβολή 2024/2023 (%)
Αρνί	11,00	5 κιλά	55,00	55,25	-0,5%
Γαλοπούλα (κατεψυγμένη)	5,99	5 κιλά	29,95	28,60	4,7%
Γαλοπούλα (νωπή)	9,99	5 κιλά	49,95	47,35	5,5%
Χοιρινό (σπάλα, χωρίς κόκαλο)	6,39	5 κιλά	31,95	30,50	4,8%
Μοσχάρι	12,00	5 κιλά	60,00	59,50	4,2%
Πατάτες	1,15	3 κιλά	3,45	3,39	1,8%
Ντομάτες	1,95	2 κιλά	3,90	3,70	5,4%
Μαρούλι	0,80	4 τεμ.	3,20	3,00	6,6%
Μήλα	1,69	2 κιλά	3,38	3,20	5,6%
Πορτοκάλια	1,04	2 κιλά	2,08	2,00	4,0%
Φέτα (σε άλμη)	10,33	1 κιλό	10,33	9,93	4,0%
Ελαιόλαδο	9,90	1 λίτρο	9,90	8,99	10,1%
Αναψυκτικά (1,5 lt)	1,40	2 φιάλες	2,80	2,62	6,9%
Μπύρες (0,5 lt)	1,89	5 φιάλες	9,45	9,25	2,2%
Οίνος (1 lt)	3,90	2 φιάλες	7,80	7,56	3,2%
Κουραμπιέδες (τυποποιημένοι)	11,40	1 κιλό	11,40 ή 16,50	11,11 ή 16,10	2,6%
Κουραμπιέδες (ζαχαροπλαστείου)	16,50	1 κιλό		2,5%	

Πίνακας 7.1	Κόστος (€)/ μονάδα 2024	Ποσότητα	Συνολικό κόστος (€) 2024	Συνολικό κόστος (€) 2023	Μεταβολή 2024/2023 (%)
Μελομακάρονα (τυποποιημένα)	9,90	1 κιλό	9,90 ή 16,10	9,75 ή 15,77	1,5%
Μελομακάρονα (ζαχαροπλαστέιου)	16,10	1 κιλό			2,1%
Συνολικό κόστος			107,54 € έως 148,89 €	103,10 € έως 140,76€	4,8% έως 6,1%

Η καταγραφή των τιμών τόσο από τις μεγάλες και οργανωμένες αλυσίδες των Supermarkets όσο και από τα εξειδικευμένα καταστήματα λιανικής πώλησης και τη Βαρβάκειο αγορά παρέχει μια ολοκληρωμένη και αξιόπιστη εικόνα των διακυμάνσεων του κόστους των αγορών για το χριστουγεννιάτικο τραπέζι (Πίνακας 7.2).

Πίνακας 7.2	Βαρβάκειος Αγορά (από – έως)	Super-Markets (από – έως)	Ειδικευμένα καταστήματα (από-έως)
Αρνί	6,99 – 8,99	9,80 - 11,90	10,00 – 15,99
Γαλοπούλα (κατεψυγμένη)	-	4,65 – 6,49	5,00 – 10,40
Γαλοπούλα (νωπή)	9,99 – 11,99	7,99 – 10,95	6,99 – 15,29
Χοιρινό (σπάλα, χωρίς κόκαλο)	4,99 – 7,99	5,09 – 7,60	5,99 – 14,50
Μοσχάρι	6,99 – 10,99	12,20 – 14, 65	9,99 – 16,99
Πατάτες	0,59 – 1,29	0,98 – 2,19	0,89 – 2,19
Ντομάτες	1,49 – 1,58	1,89 – 3,29	1,29 – 2,49
Μαρούλι	0,79 – 0,99	0,73– 1,75	0,59 – 1,49
Μήλα	1,29 – 1,49	1,22 – 4,25	1,49 – 2,88
Πορτοκάλια	0,69 – 0,89	1,00 – 2,20	0,89 – 2,50
Κουραμπιέδες (τυποποιημένοι)	-	9,11 – 19,67	14,99 – 18,99
Κουραμπιέδες (ζαχαροπλαστέιου)	-	-	13,50 – 26,99
Μελομακάρονα (τυποποιημένα)	-	7,98 – 13,22	12,00 – 19,50

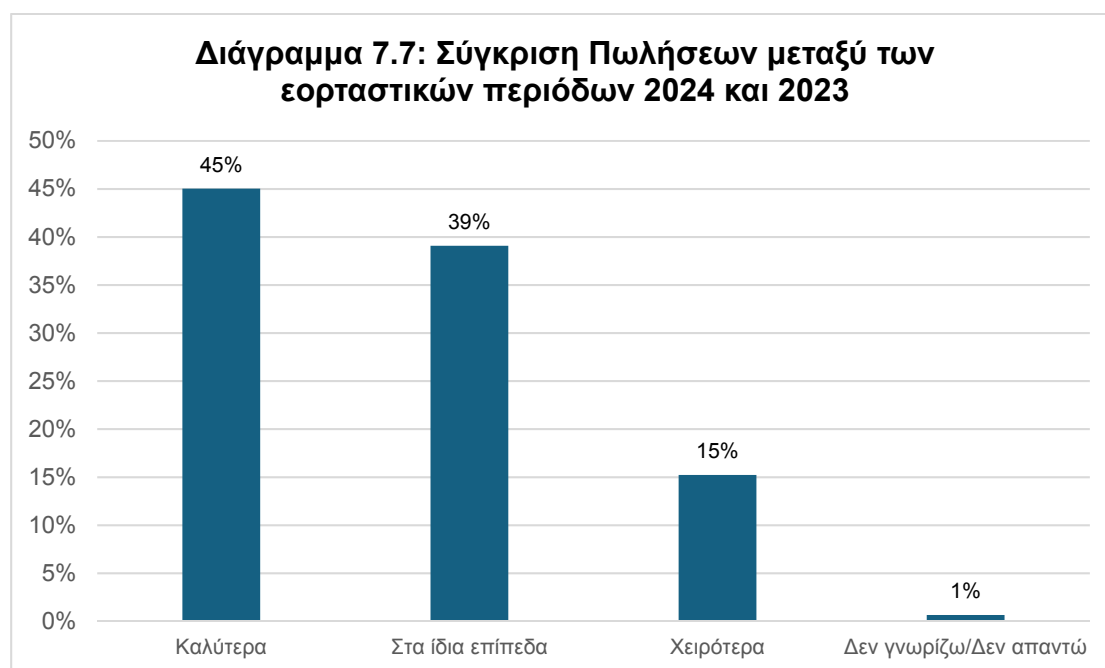
Πίνακας 7.2	Βαρβάκειος Αγορά (από – έως)	Super-Markets (από – έως)	Ειδικευμένα καταστήματα (από-έως)
Μελομακάρονα (ζαχαροπλαστέιου)	-	-	12,80 – 25,99
Φέτα (σε άλμη)	9,80 – 14,40	9,98 – 21,49	8,99 – 16,99
Ελαιόλαδο	-	9,45 – 17,12	9,00 – 25,90
Αναψυκτικά (1,5 lt)	-	1,15 – 2,04	1,20 – 2,40
Μπύρες (0,5 lt)	-	0,94 – 4,47	1,60 – 4,90
Οίνος (1lt)	-	2,30 – 22,70	7,20 – 24,40

Η αυξημένη οικονομική επιβάρυνση που καλούνται να επωμιστούν τα νοικοκυριά για την κάλυψη των βασικών αναγκών του χριστουγεννιάτικου τραπέζιου ασκεί αναπόφευκτα επιπλέον, και μάλιστα σημαντική πίεση στους ήδη περιορισμένους και ευάλωτους προϋπολογισμούς τους. Σε ένα οικονομικό περιβάλλον όπου το διαθέσιμο εισόδημα συνεχίζει να συρρικνώνεται, λόγω της γενικευμένης και επίμονης πληθωριστικής κρίσης (ιδίως στα τρόφιμα), η ανάγκη να διατεθεί ένα ολοένα και μεγαλύτερο μέρος του οικογενειακού προϋπολογισμού για την κάλυψη των εορταστικών επισιτιστικών αναγκών είναι πολύ πιθανό να οδηγήσει σε ανακατανομή των δαπανών και σε περαιτέρω περιορισμό των αγορών σε άλλους, εξίσου σημαντικούς, τομείς του λιανικού εμπορίου, όπως η ένδυση- υπόδηση, τα οικιακά είδη και τα λοιπά, μη απολύτως απαραίτητα, αγαθά και υπηρεσίες.

Αυτή η αναμενόμενη, και λογικά επαγόμενη, μείωση της καταναλωτικής δαπάνης σε άλλους κλάδους αποτελεί μια άμεση και σοβαρή απειλή για τις πωλήσεις και την ήδη δοκιμαζόμενη κερδοφορία των ΠΜΕ και ΜΜΕ, οι οποίες δραστηριοποιούνται σε αυτούς τους τομείς, επιτείνοντας τις ήδη υπάρχουσες οικονομικές τους δυσκολίες και θέτοντας σε άμεσο κίνδυνο την κρίσιμη για την επιβίωσή τους ρευστότητα. Επιπλέον, η διαπιστωμένη αύξηση του κόστους των πρώτων υλών και των εμπορευμάτων που χρησιμοποιούν και εμπορεύονται οι ίδιες οι επιχειρήσεις επιδεινώνει τις σύνθετες προκλήσεις, όσον αφορά τη διαχείριση των διαρκών ανατιμήσεων, συμπιέζοντας περαιτέρω τα ήδη αναιμικά περιθώρια κέρδους, δημιουργώντας ένα εξαιρετικά ασφυκτικό οικονομικό περιβάλλον.

7.4. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου (Χριστουγέννα 2024)

Η εμπειριστατωμένη ανάλυση των δεδομένων της έρευνας σχετικά με την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά την εορταστική περίοδο των Χριστουγέννων 2024, αναδεικνύει μια σύνθετη, αλλά και προβληματική πραγματικότητα για τις ΠΜΕ και ΜΜΕ: μια φαινομενική και επιφανειακή βελτίωση της επισκεψιμότητας των φυσικών καταστημάτων, η οποία, ωστόσο, κατά τρόπο ανησυχητικό, δεν μεταφράζεται σε μια ανάλογη και ουσιαστική αύξηση των πραγματικών αγορών και των συνακόλουθων εσόδων. Το γεγονός ότι οι μισές σχεδόν επιχειρήσεις (45%) κατέγραψαν οριακά υψηλότερα επίπεδα πωλήσεων, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο το 2023 (διάγραμμα 7.7), θα μπορούσε να ερμηνευθεί ως ένα πρώτο, διστακτικό, αλλά εξαιρετικά εύθραυστο, σημάδι μιας ήπιας ομαλοποίησης της αγοράς, ύστερα από μια μακρά περίοδο διαδοχικών οικονομικών κρίσεων και αναταράξεων.

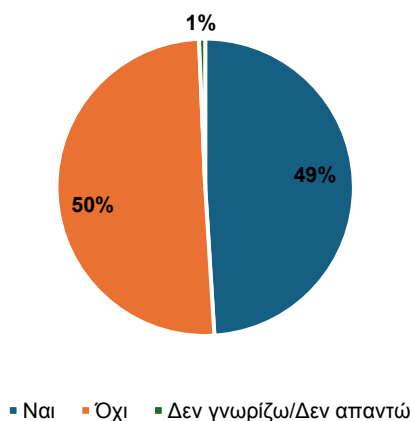


Ωστόσο, η παράλληλη και εξίσου σημαντική διαπίστωση ότι έλειψαν από την αγορά και κατά την τρέχουσα εορταστική περίοδο οι λεγόμενες «αυθόρμητες πωλήσεις», καθώς και ότι οι καταναλωτές πραγματοποίησαν, κατά κύριο λόγο, στοχευμένες και προγραμματισμένες αγορές αποκαλύπτει την υποκείμενη και διαρκή οικονομική αδυναμία, αλλά και την επιφυλακτικότητα που διακατέχει την πλειονότητα των καταναλωτών.

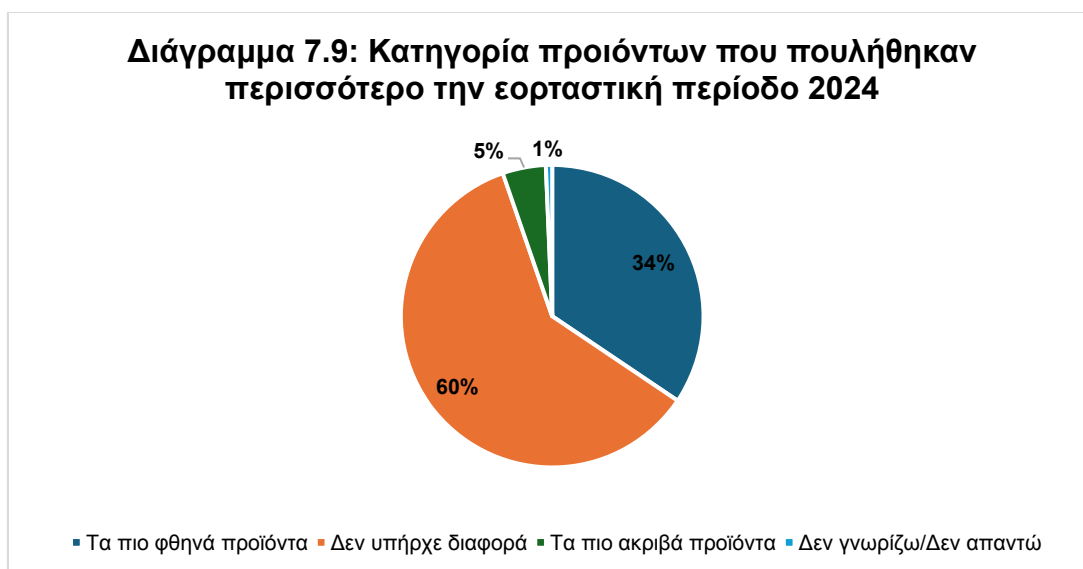
Η ανησυχητική δυσκολία της αποτελεσματικής μετατροπής της αυξημένης φυσικής επισκεψιμότητας σε πραγματική και βιώσιμη καταναλωτική δαπάνη αποτελεί μια άμεση και αναπόφευκτη συνέπεια της συνεχιζόμενης και έντονης οικονομικής πίεσης, την οποίαν υφίστανται τα νοικοκυριά, λόγω των διαρκών πληθωριστικών ανατιμήσεων, σε ένα ευρύ φάσμα βασικών αγαθών και υπηρεσιών, και της συνακόλουθης συρρίκνωσης του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματός τους. Οι καταναλωτές, καθώς βρίσκονται αντιμέτωποι με την αυξημένη αβεβαιότητα, αναφορικά με τις οικονομικές τους προοπτικές, αλλά και την αισθητή μείωση της αγοραστικής τους δύναμης, επιδεικνύουν μια εξαιρετικά ορθολογική και περιοριστική αγοραστική συμπεριφορά, εστιάζοντας αποκλειστικά στην κάλυψη των απολύτως επιτακτικών αναγκών τους και αποφεύγοντας τις πρόσθετες δαπάνες, ακόμη και κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου, η οποία, ιστορικά, συνδέεται με αυξημένη καταναλωτική διάθεση και αυθόρμητες αγορές.

Η διαδεδομένη πρακτική της προσφοράς ελκυστικών προσφορών και σημαντικών εκπτώσεων (διάγραμμα 7.8), ακόμη και κατά τη διάρκεια της κορύφωσης της εορταστικής περιόδου, όπως καταγράφεται στις μισές σχεδόν επιχειρήσεις (49%), αποτελεί ένα ενδεικτικό και ανησυχητικό σημάδι της προσπάθειας των ΠΜΕ και ΜΜΕ να τονώσουν την υποτονική καταναλωτική ζήτηση και να προσελκύσουν τους καταναλωτές, οι οποίοι είναι πλέον εξαιρετικά ευαίσθητοι στις διακυμάνσεις των τιμών. Ωστόσο, αυτή η ευρέως υιοθετούμενη πρακτική ενδέχεται να οδηγήσει σε επιπλέον, και μάλιστα σημαντική συμπίεση των ήδη χαμηλών περιθωρίων κέρδους των επιχειρήσεων, επιδεινώνοντας τις υφιστάμενες προκλήσεις ρευστότητας και καθιστώντας εξαιρετικά δυσχερέστερη την κάλυψη των τρεχουσών λειτουργικών εξόδων τους και την έγκαιρη εκπλήρωση των πολλαπλών οικονομικών υποχρεώσεών τους.

Διάγραμμα 7.8: Διενέργεια προσφορών κατά την εορταστική περίοδο 2024

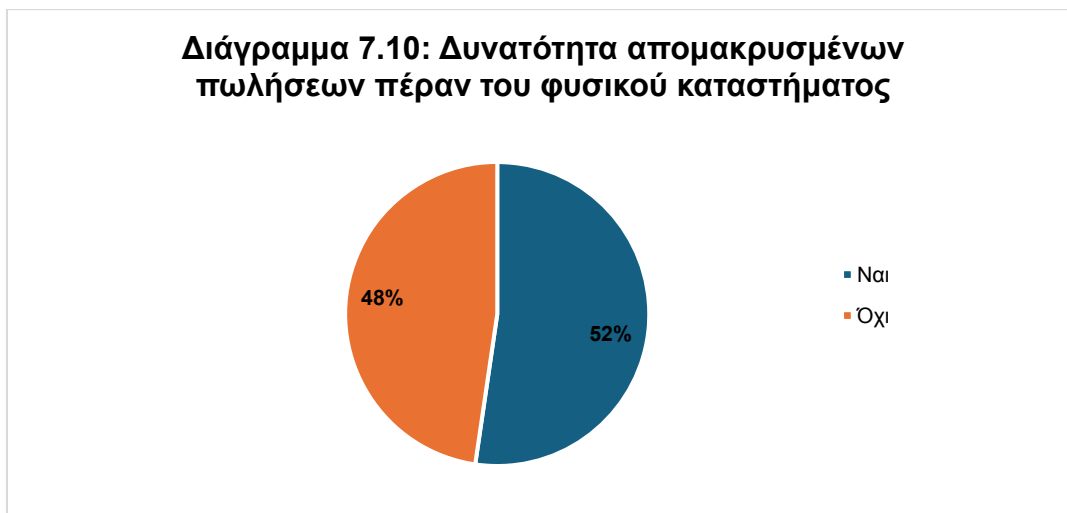


Το εύρημα ότι, για ένα σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων (34%), τα εμπορεύματα που προτιμήθηκαν (κατά κύριο λόγο) από τους καταναλωτές ήταν αυτά με τις χαμηλότερες τιμές, συνδέεται άμεσα με το διαρκώς αυξανόμενο κόστος ζωής και την συνακόλουθη περιορισμένη αγοραστική δύναμη των νοικοκυριών (διάγραμμα 7.9). Αυτή η σαφής τάση υπογραμμίζει την αυξημένη ανάγκη των καταναλωτών να αναζητούν τις πιο οικονομικές και προσιτές επιλογές, γεγονός που αναπόφευκτα επηρεάζει αρνητικά τις πωλήσεις των προϊόντων υψηλότερης ποιότητας (ή μεγαλύτερου περιθωρίου κέρδους για τις επιχειρήσεις), περιορίζοντας ακόμα περισσότερο τις δυνατότητες ανάκαμψης της κερδοφορίας τους.



Επιπλέον, η ανησυχητική στασιμότητα που παρατηρείται σε ένα μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων που διαθέτουν δυνατότητα πραγματοποίησης απομακρυσμένων πωλήσεων (52%) αποτελεί μια αρνητική ένδειξη όσον αφορά την αναγκαιότητα της ψηφιακής μετάβασης των ΠΜΕ και ΜΜΕ (διάγραμμα 7.10). Η αδυναμία μεγαλύτερης και ουσιαστικής διείσδυσης των σύγχρονων ψηφιακών καναλιών πώλησης στις εμπορικές επιχειρήσεις, η οποία συνδέεται άρρηκτα με το υψηλό κόστος των απαραίτητων ψηφιακών αναβαθμίσεων και την επικρατούσα οικονομική αβεβαιότητα, περιορίζει σημαντικά τις ευκαιρίες για την επέκταση της αγοράς, τη βελτίωση της συνολικής ανταγωνιστικότητας και την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου, σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο και απαιτητικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Διάγραμμα 7.10: Δυνατότητα απομακρυσμένων πωλήσεων πέραν του φυσικού καταστήματος



Τέλος, η επανειλημμένη αναφορά στις αυξημένες οικονομικές υποχρεώσεις, το διαρκώς υψηλό λειτουργικό κόστος και τα πολλαπλά φορολογικά βάρη παρουσιάζονται ως οι κυριότερες και αδιάλειπτες παράμετροι αβεβαιότητας, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ, επιβεβαιώνεται με τη συνέχιση των θεμελιωδών προκλήσεων που αναδείχθηκαν στην Ποσοτική έρευνα που διεξήχθη από το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (ΙΝ.ΕΜ.Υ.), σχετικά με το ίδιο θέμα, υπογραμμίζοντας τη συνεχιζόμενη ασφυκτική οικονομική κατάσταση, στην οποία έχουν περιέλθει πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και η οποία θέτει σε κίνδυνο την ίδια την βιωσιμότητά τους, δεδομένου ότι η αδυναμία (ή η αποτυχία) μιας μικρής και μεσαίας επιχείρησης να ενταχθεί στη νέα ψηφιακή εποχή αποτελεί ένα είδος καταδίκης για την επιβίωσή της.

8. Συμπεράσματα

Η συνδυαστική ανάλυση των ευρημάτων των τεσσάρων επιμέρους ερευνών που διεξήχθησαν από το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y.) σε συγκεκριμένες περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας (Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων 2024, Έρευνα συμμετοχής των εμπορικών επιχειρήσεων στη «Black Friday» 2024, Έρευνα για το Χριστουγεννιάτικο Τραπέζι 2024, Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου Χριστουγέννων 2024) και των ευρημάτων της Ποσοτικής έρευνας που διεξήχθη από το IN.EM.Y., αναφορικά με τα προβλήματα και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου, κατά το έτος 2024, παρέχει ενδιαφέροντα πρωτογενή δεδομένα, τα οποία τεκμηριώνουν τη συνεχιζόμενη και, σε ορισμένες κρίσιμες πτυχές, ανησυχητική επιδείνωση της δυσχερούς κατάστασης που αντιμετωπίζουν οι ΠΜΕ και ΜΜΕ στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Η διαχρονική και συγκριτική εξέταση των δεδομένων, σε συνδυασμό με την αδιάρρηκτη σύνδεση με τις τρεις βασικότερες προκλήσεις που αναδείχθηκαν στην προαναφερθείσα Ποσοτική έρευνα – βλ. διαχείριση των διαρκών ανατιμήσεων, αυξανόμενη πίεση από τις πολλαπλές οικονομικές υποχρεώσεις και χρόνια έλλειψη επαρκούς ρευστότητας – αποκαλύπτουν μια ανησυχητική αλληλουχία αρνητικών επιπτώσεων, οι οποίες υπονομεύουν εξακολουθητικά την κερδοφορία, την ανταγωνιστικότητα και, εν τέλει, την ανταγωνιστικότητα των ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου. Η αργή μετάβαση στον ψηφιακό και πράσινο μετασχηματισμό είναι αποτέλεσμα της ισχυρής πίεσης που ασκούν οι παραπάνω προκλήσεις στις εμπορικές επιχειρήσεις.

Από την άλλη, η διαρκής πίεση των πληθωριστικών ανατιμήσεων, η οποία αποτυπώνεται, με δραματικό τρόπο, στη μειωμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, κατά τις, θεωρητικά, ευνοϊκές εκπτώτικές περιόδους, αλλά και η αύξηση του κόστους, όπως παρουσιάζεται στην ανάλυση για το χριστουγεννιάτικο τραπέζι, αποτελούν θεμελιώδεις παράγοντες, οι οποίοι περιορίζουν δραστικά τις πωλήσεις και την ήδη δοκιμαζόμενη κερδοφορία των ΠΜΕ και ΜΜΕ, θέτοντας σε κίνδυνο τη μακροπρόθεσμη βιωσιμότητά τους.

Η δυσκολία μετατροπής της αυξημένης φυσικής επισκεψιμότητας σε πραγματικές και βιώσιμες αγορές, όπως καταγράφηκε με συνέπεια στην πρωτογενή έρευνα της

εορταστικής περιόδου 2024 (Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου Χριστουγέννων 2024), υπογραμμίζει την αυξημένη οικονομική επιφύλαξη και την περιορισμένη αγοραστική δυνατότητα της πλειονότητας των καταναλωτών, οι οποίοι, έχοντας να αντιμετωπίσουν τη συνεχή αβεβαιότητα, όσον αφορά τις μελλοντικές οικονομικές προοπτικές τους, αλλά και την αισθητή ελάττωση του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματός τους, εκδηλώνουν μια συντηρητική αγοραστική συμπεριφορά, εστιάζοντας αποκλειστικά στην κάλυψη των απολύτως επιτακτικών αναγκών τους και αποφεύγοντας τις περιττές ή παρορμητικές αγορές, ακόμη και κατά τη διάρκεια περιόδων που, παραδοσιακά, συνδέονται με αυξημένη καταναλωτική διάθεση.

Παράλληλα, η ανησυχητική στασιμότητα που παρατηρείται στην υιοθέτηση και την αποτελεσματική ενσωμάτωση των ψηφιακών καναλιών πώλησης από τις ΠΜΕ και ΜΜΕ, όπως αποτυπώνεται στο αμετάβλητο ποσοστό των επιχειρήσεων με δυνατότητα πραγματοποίησης απομακρυσμένων πωλήσεων, αποτελεί ένα επιπλέον αρνητικό σημάδι της καθυστερημένης εξοικείωσης με τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Η αδυναμία προσαρμογής στις νέες ψηφιακές τάσεις, αλλά και η υστέρηση της αξιοποίησης των ηλεκτρονικών καναλιών πώλησης περιορίζουν σημαντικά τις ευκαιρίες για επέκταση της αγοράς, βελτίωση της συνολικής ανταγωνιστικότητας, αλλά και ενίσχυση της ανθεκτικότητας ΠΜΕ και ΜΜΕ, σε ένα συνεχώς ρευστό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Συνολικά, τα ευρήματα των ερευνών του 2024 παρέχουν μια συνεπή, στατιστικά ισχυρή και επιστημονικά τεκμηριωμένη εικόνα μιας αγοράς, η οποία εξακολουθεί να αντιμετωπίζει πολλαπλές και διαρκείς προκλήσεις και κρίσεις. Η αποτελεσματική διαχείριση των διαρκών ανατιμήσεων, η αντιμετώπιση της αυξανόμενης πίεσης από τις οικονομικές υποχρεώσεις και η διασφάλιση επαρκούς και σταθερής ρευστότητας παραμένουν κρίσιμα ζητήματα για τη βιωσιμότητα και τη μελλοντική προοπτική των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Καθίσταται, επομένως, επιτακτική η ανάγκη για άμεσες, συντονισμένες και στοχευμένες πολιτικές παρεμβάσεις, σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο, οι οποίες θα στηρίξουν τον κλάδο του εμπορίου, ενισχύοντας την ανθεκτικότητα και την προσαρμοστικότητα των ΠΜΕ και ΜΜΕ, προκειμένου να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά αυτές οι συνεχείς και πολύπλευρες προκλήσεις και να διασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη σταθερότητα, η βιώσιμη ανάπτυξη και η κοινωνική συνοχή της

ελληνικής οικονομίας. Η συγκεκριμένη μελέτη τροφοδοτεί τον δημόσιο διάλογο με πρωτογενή δεδομένα, τα οποία υπογραμμίζουν τη σημασία του σχεδιασμού και της αποτελεσματικής εφαρμογής των μέτρων στήριξης και ανακούφισης αυτού του κρίσιμου τομέα της οικονομίας. Άλλωστε, οι ΠΜΕ και ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου συνεισφέρουν ένα σημαντικό ποσοστό απασχόλησης, στοιχείο που υπογραμμίζει τον κρίσιμο ρόλο τους στη μετάβαση του παραγωγικού υποδείγματος της ελληνικής οικονομίας.

9. Προτάσεις της ΕΣΕΕ για την αντιμετώπιση της συνεχιζόμενης δυσχερούς κατάστασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Σύμφωνα με τα ευρήματα των τεσσάρων ερευνών του δευτέρου εξαμήνου του 2024, οι οποίες καταγράφουν τη συνεχιζόμενη πίεση που υφίστανται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) από τις ανατιμήσεις, τις αυξημένες οικονομικές υποχρεώσεις και την έλλειψη ρευστότητας, η Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) έχει διατυπώσει μια σειρά ουσιαστικών προτάσεων. Αυτές οι προτάσεις, όπως έχουν καταγραφεί και στο υπόμνημά της, αποσκοπούν στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας και της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων, παρέχοντας ταυτόχρονα αποτελεσματικές λύσεις για την αντιμετώπιση των διαρθρωτικών αδυναμιών που καθιστούν δυσχερή την καθημερινή λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ). Η σύνδεση των προτάσεων με τα αποτελέσματα των ερευνών ενισχύει την επιστημονική τους βάση και δικαιολογεί την αναγκαιότητά τους.

Μια από τις βασικές προτάσεις που διατυπώνει η ΕΣΕΕ είναι η εξαίρεση του λιανικού εμπορίου από το νέο φορολογικό σύστημα (Ν. 5073/2023), με έμφαση στην ανάγκη για εξορθολογισμό των φορολογικών επιβαρύνσεων, οι οποίες επηρεάζουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι εντατικοί έλεγχοι και η διαφάνεια που χαρακτηρίζουν τον τομέα του λιανικού εμπορίου δεν καθιστούν αναγκαία την επιβολή ελάχιστου τεκμαρτού φορολογητέου εισοδήματος, καθώς αυτό ενδέχεται να επιβαρύνει υπέρμετρα και άδικα τις επιχειρήσεις, οι οποίες πλήττονται ήδη από τη μειωμένη καταναλωτική ζήτηση, όπως καταγράφηκε στις έρευνες για τις θερινές εκπτώσεις και την εορταστική περίοδο 2024.

Παράλληλα, η οριστική κατάργηση του τέλους επιτηδεύματος είναι απαραίτητη, καθώς η συνέχιση της επιβολής του, κυρίως για τα νομικά πρόσωπα, αυξάνει την οικονομική επιβάρυνση των επιχειρήσεων, περιορίζοντας την ανταγωνιστικότητά τους σε ένα ήδη πιεσμένο οικονομικό περιβάλλον. Η αναγκαιότητα αυτής της πρότασης τεκμηριώνεται από τα ευρήματα της έρευνας για την «Black Friday 2024» και το «Χριστουγεννιάτικο Τραπέζι 2024», όπου παρατηρήθηκε σημαντική συρρίκνωση της κερδοφορίας, λόγω των αυξήσεων στις τιμές.

Επιπλέον, η θέσπιση μιας γενναίας ρύθμισης για τις ληξιπρόθεσμες οφειλές αποτελεί κρίσιμη παρέμβαση, καθώς οι δυσκολίες ρευστότητας, τις οποίες ανέδειξε η έρευνα

του πρώτου εξαμήνου 2024, είναι επιτακτικό να αντιμετωπιστούν με άμεσες και συγκεκριμένες δράσεις. Η εφαρμογή ενός ακατάσχετου επιχειρηματικού λογαριασμού και η κατάργηση της προκαταβολής φόρου εισοδήματος θα μπορούσαν να προσφέρουν την αναγκαία ανάσα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, επιτρέποντάς τους να επενδύσουν στην ανάπτυξή τους και να ανταποκριθούν στις καθημερινές τους ανάγκες. Ειδικότερα, η μείωση του ΦΠΑ αποτελεί μια στοχευμένη ενέργεια για την τόνωση της καταναλωτικής ζήτησης, με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας, ειδικά σε εποχές όπως οι θερινές εκπτώσεις και η εορταστική περίοδος.

Η αύξηση του ενεργειακού κόστους αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μειώνοντας σημαντικά την ανταγωνιστικότητά τους. Η ΕΣΕΕ προτείνει την επαναφορά της κρατικής επιδότησης για τα εμπορικά τιμολόγια ηλεκτρικού ρεύματος, με στόχο τη μείωση του λειτουργικού κόστους των επιχειρήσεων και την αποφυγή αύξησης των τιμών των προϊόντων, όπως καταγράφηκε κατά την «Black Friday 2024». Παράλληλα, η μείωση του ΦΠΑ σε βασικά αγαθά, όπως τα τρόφιμα, θα μπορούσε να ανακουφίσει τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους καταναλωτές από την πίεση των αυξήσεων τιμών, ενισχύοντας την κατανάλωση και τη ζήτηση στην αγορά.

Η ενεργοποίηση και η αναβάθμιση του ρόλου της Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι επίσης κρίσιμη για την αποτελεσματική καταπολέμηση των φαινομένων αισχροκέρδειας, ιδίως στον τομέα των τροφίμων, η οποία παρατηρήθηκε κατά τη διάρκεια των εορταστικών περιόδων. Ο ενδυναμωμένος ρόλος της Επιτροπής μπορεί να περιορίσει τις στρεβλώσεις στην αγορά και να προστατεύσει την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, ενισχύοντας παράλληλα και την εμπιστοσύνη στις επιχειρήσεις.

Η ψηφιακή μετάβαση αποτελεί έναν τομέα, στον οποίον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εμφανίζουν υστέρηση, περιορίζοντας τις δυνατότητές τους για ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό. Η ΕΣΕΕ προτείνει τη δημιουργία ενός ειδικού ευέλικτου δανειακού προϊόντος για την ενίσχυση της ψηφιακής μετάβασης, διευκολύνοντας τις επιχειρήσεις στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτόμων λύσεων.

Ταυτόχρονα, η ενίσχυση του προϋπολογισμού της Αναπτυξιακής Τράπεζας για τη χορήγηση κεφαλαίων κίνησης αποτελεί κεντρική παρέμβαση για την εξασφάλιση της ρευστότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως υπογραμμίστηκε στην έρευνα για

την Κίνηση Εμπορικών Καταστημάτων 2024-2025. Τέλος, η ισότιμη συμμετοχή του εμπορίου στο ΕΣΠΑ 2021-2027, με έμφαση στην ψηφιακή και πράσινη ανάπτυξη, είναι επιτακτική, προκειμένου να διασφαλιστούν ίσες ευκαιρίες χρηματοδότησης για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη του κλάδου.

Οι προτάσεις της ΕΣΕΕ για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όπως καταγράφονται παραπάνω και τεκμηριώνονται από τα ευρήματα των ερευνών του Β' εξαμήνου 2024, συνιστούν μια στρατηγική παρέμβαση που στοχεύει στην αντιμετώπιση των διαρθρωτικών προβλημάτων του εμπορικού τομέα. Η υιοθέτηση αυτών των προτάσεων θα συντελέσει στη μείωση των οικονομικών πιέσεων, στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας του κλάδου.