

**Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου
(2025)**

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 (2025)

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
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
2021 – 2027

Ετήσια έκθεση της κατάστασης των ΠΜΕ & ΜΜΕ του λιανικού εμπορίου (2025)

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 © 2026

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	3
ΜΕΡΟΣ Α΄	5
Ποσοτική έρευνα αναφορικά με τα προβλήματα και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΠμΕ & ΜμΕ του λιανικού εμπορίου	5
1. Εισαγωγή	6
1.1 Μεθοδολογία: πληθυσμός - στόχος, δείγμα της έρευνας και τεχνική δειγματοληψίας	6
1.2 Σύγκριση βασικών χαρακτηριστικών επιχειρήσεων έρευνας πεδίου και επίσημων στατιστικών	7
2. Το προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων και οι επιχειρηματικές στρατηγικές	9
2.1 Έτη λειτουργίας	9
2.2 Ιδιοκτησιακό καθεστώς επαγγελματικής στέγης	10
2.3 Γεωγραφική προέλευση προϊόντων	13
2.4 Προμηθευτές	15
2.5 Μεταβολή μισθωτής απασχόλησης	16
3. Βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο	17
3.1 Αριθμός επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών	17
4. Οφειλές και τραπεζικός δανεισμός	19
4.1 Ληξιπρόθεσμες οφειλές	19
4.2 Χρηματοδότηση και επενδύσεις	22
5. Οι προκλήσεις των εμπορικών επιχειρήσεων, οι εξελίξεις στην αγορά ενέργειας και η πράσινη μετάβαση	24
ΜΕΡΟΣ Β΄	30
Ανασκόπηση μελετών αναφορικά με τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων για το 2025	30
6. Η παρουσίαση της εξέλιξης του κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο (ΚΑΔ 45 & 47) – Α΄ τρίμηνο 2025	31
6.1 Μακροοικονομική επισκόπηση και η διαφοροποίηση της ονομαστικής και της πραγματικής μεταβολής	31
6.2 Διάρθρωση της αγοράς και μεταβολές στην καταναλωτική συμπεριφορά	32
6.3 Ιστορική αναδρομή και σωρευτική ανάλυση εξαετίας (2019-2025)	33
6.4 Γεωγραφική κατανομή και περιφερειακή ανομοιογένεια	34
6.5 Το «χάσμα μεγέθους» των εμπορικών επιχειρήσεων και η πίεση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ)	35
6.6 Η ανάλυση των τριμηνιαίων μεταβολών και η «καθίζηση» της ζήτησης	36
6.7 Συμπεράσματα και προοπτικές για το υπόλοιπο του έτους	37

7. Η πορεία του λιανικού εμπορίου κατά το Α΄ Εξάμηνο 2025: μια αναλυτική μακροοικονομική προσέγγιση	38
7.1 Η «πλάνη» των ονομαστικών μεγεθών	38
7.2 Δομική ανισορροπία και συγκέντρωση αγοράς ανά μέγεθος επιχείρησης	40
7.3 Κλαδικές διακυμάνσεις και καταναλωτική στροφή	43
7.4 Η αποτυχία του «τουριστικού αντισταθμίσματος»	46
7.5 Γεωγραφική ανάλυση: περιφερειακές ανισότητες	47
8. Η πορεία της αγοράς κατά το Γ΄ τρίμηνο και το Α΄ εννεάμηνο του 2025.....	49
8.1 Η ψευδαίσθηση της ανάπτυξης: στασιμότητα σε πραγματικές τιμές.	49
8.2 Δομικές ανισότητες μεταξύ μεγάλων και ΜμΕ: εμπειρική ανάλυση της επίδοσης....	50
8.3 Απολογισμός εννεαμήνου: μια τριετής καθοδική πορεία	52
8.4 Κλαδικές μεταβολές και η «αποσύνδεση» από τον τουρισμό	54
8.5 Περιφερειακές τάσεις	55
9. Τελική αποτίμηση του έτους 2025 και ανάλυση Δ΄ τριμήνου	56
9.1 Η συνολική εικόνα του 2025: ένα έτος πραγματικής συρρίκνωσης	56
9.2 Ανισοκατανομή του κύκλου εργασιών μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων (ΜμΕ) επιχειρήσεων.....	57
9.3 Ανάλυση Δ΄ τριμήνου 2025: Η «στάσιμη» εορταστική περίοδος	59
9.4 Κλαδικές επιδόσεις: μετατόπιση από την επιλογή στην αναγκαιότητα	61
ΜΕΡΟΣ Γ΄	62
Ανασκόπηση ερευνών που διεξήχθησαν σε συγκεκριμένες περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας, κατά τη διάρκεια του 2025	62
10. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων 2025	63
11. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων 2025	71
12. Έρευνα συμμετοχής των εμπορικών επιχειρήσεων στην εμπορική περίοδο «Black Friday 2025».....	78
13. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου (Χριστούγεννα 2025)	87
14. Συμπεράσματα	94
15. Προτάσεις της ΕΣΕΕ για την αντιμετώπιση της συνεχιζόμενης δυσχερούς κατάστασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....	97

Εισαγωγή

Η παρούσα μελέτη αποσκοπεί στη διερεύνηση των επιδόσεων, καθώς και των σύνθετων προκλήσεων, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι πολύ μικρές (micro) και μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του λιανικού εμπορίου, με έτος αναφοράς το 2025. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα δεδομένα, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο, οι διαδοχικές και πολυεπίπεδες κρίσεις (permanent crises) έχουν επιφέρει ιδιαίτερα έντονες επιπτώσεις στη λειτουργία (αλλά και στη βιωσιμότητα) του κλάδου του λιανικού εμπορίου. Στο πλαίσιο αυτό, η Ετήσια Έκθεση για την Κατάσταση των ΠμΕ & ΜμΕ Λιανικού Εμπορίου (2025) εντάσσεται στο ευρύτερο πεδίο της ερευνητικής δραστηριότητας του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y.), το οποίο επιδιώκει να αναδείξει τις ιδιαίτερες συνθήκες και τα χαρακτηριστικά του οικοσυστήματος των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων, τομέα για τον οποίον οι επίσημες στατιστικές πηγές εμφανίζουν σημαντικά πληροφοριακά κενά. Μέσω της παρούσας έκθεσης, το IN.EM.Y. επιδιώκει, αξιοποιώντας πρωτογενή ερευνητικά δεδομένα (evidence-based data), να συμβάλει στη διαμόρφωση προτάσεων πολιτικής, αναφορικά με τον αναγκαίο μετασχηματισμό του κλάδου, ο οποίος καλείται να ενισχύσει ουσιαστικά την ανθεκτικότητα και την προσαρμογή, του σε μια περίοδο όπου οι μέγα τάσεις (mega-trends) του διεθνούς οικονομικού περιβάλλοντος βρίσκονται σε πλήρη εξέλιξη.

Η έκθεση του 2025 διαρθρώνεται σε τρία βασικά μέρη, με στόχο την, εις βάθος, κατανόηση της διαχρονικής, αλλά και αυξανόμενης πολυπλοκότητας των δυσκολιών, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι ΠμΕ και ΜμΕ του λιανικού εμπορίου.

Στο πρώτο μέρος, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας που υλοποίησε το IN.EM.Y., εστιάζοντας στα βασικά προβλήματα που καλούνται να διαχειριστούν, αναδεικνύοντας τις κρίσιμες προκλήσεις, στις οποίες πρέπει να ανταποκριθούν οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου.

Στο δεύτερο μέρος, παρουσιάζονται και αναλύονται τα επίσημα δευτερογενή δεδομένα από τις επίσημες διοικητικές πηγές, με σκοπό να αναδειχθούν οι ευρύτεροι μετασχηματισμοί που ξεδιπλώνονται στο οικοσύστημα του λιανικού εμπορίου.

Το τρίτο μέρος περιλαμβάνει την επισκόπηση των ευρημάτων, τα οποία προέκυψαν από τέσσερις πρωτογενείς έρευνες που διεξήχθησαν από το IN.EM.Y., εντός του 2025, με επίκεντρο συγκεκριμένες χρονικές περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας, όπως:

(α) οι χειμερινές εκπτώσεις του 2025, (β) οι θερινές εκπτώσεις του 2025, (γ) η περίοδος της «Black Friday 2025» και (δ) η αποτίμηση της εμπορικής κίνησης κατά τη διάρκεια των Χριστουγέννων. Παράλληλα, αξιοποιούνται δευτερογενή ερευνητικά δεδομένα που αφορούν την πορεία του κύκλου εργασιών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ανά τρίμηνο, κατά το έτος 2025.

Μέσα από τη διασύνδεση των επίσημων δευτερογενών στοιχείων και των δεδομένων που ανέκυψαν από τις πρωτογενείς έρευνες, η ετήσια έκθεση του 2025 επιχειρεί να αποτυπώσει τόσο τις μακροχρόνιες τάσεις όσο και τις βραχυχρόνιες διακυμάνσεις, οι οποίες επιδρούν στη λειτουργία των ΠμΕ και ΜμΕ του λιανικού εμπορίου. Αυτή η συνθετική προσέγγιση καθιστά εφικτή την εξαγωγή τεκμηριωμένων συμπερασμάτων, σχετικά με τη διατήρηση και, σε αρκετές περιπτώσεις, την ποιοτική και ποσοτική όξυνση των δυσχερειών που αντιμετωπίζουν οι εμπορικές επιχειρήσεις. Μέσω της οργανωμένης σύνδεσης των ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων που προκύπτουν από τις επιμέρους έρευνες, σε συνδυασμό με τις τρεις βασικές προκλήσεις που αναδείχθηκαν κατά την αρχική εξαμηνιαία έρευνα, η έκθεση αποπειράται να αναδείξει τη συστημική διάσταση και την αλληλεπίδραση των παραγόντων, οι οποίοι επηρεάζουν την κερδοφορία, την ανταγωνιστικότητα, την καινοτομική ικανότητα και, τελικά, τη βιώσιμη και ανθεκτική προσαρμογή του οικοσυστήματος του λιανικού εμπορίου, υπογραμμίζοντας την ανάγκη για άμεσες, στοχευμένες και αποτελεσματικές παρεμβάσεις πολιτικής.

ΜΕΡΟΣ Α΄

**Ποσοτική έρευνα αναφορικά με τα προβλήματα και τις
προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ΠμΕ & ΜμΕ του λιανικού
εμπορίου**

1. Εισαγωγή

Το πρώτο μέρος της ετήσιας έκθεσης σχετικά με τις ΠμΕ και ΜμΕ του λιανικού εμπορίου παρουσιάζει τα ευρήματα της πρωτογενούς έρευνας, η οποία επιχειρεί να απαντήσει σε ένα βασικό ερευνητικό ερώτημα: τη χαρτογράφηση των δημογραφικών χαρακτηριστικών, τον εντοπισμό των κυριότερων προβλημάτων, αλλά και την προτεραιοποίηση των προκλήσεων των ΠμΕ και ΜμΕ στο λιανικό εμπόριο – ζητήματα που δεν μπορούν να απαντηθούν από τα διαθέσιμα δευτερογενή δεδομένα (βλ. ΕΛΣΤΑΤ, Eurostat κ.λπ.). Η απάντηση στο ερώτημα αυτό είναι κρίσιμη, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα μιας, εις βάθος, κατανόησης της κατεύθυνσης των προτεινόμενων προτάσεων πολιτικής, αναφορικά με τις πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου του λιανικού εμπορίου.

1.1 Μεθοδολογία: πληθυσμός - στόχος, δείγμα της έρευνας και τεχνική δειγματοληψίας

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, καθώς και από ερωτήσεις διαβάθμισης.

Ο πληθυσμός-στόχος της έρευνας πεδίου αποτελείται από όλες τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, σε πανελλαδικό επίπεδο, πλην πέντε κατηγοριών δραστηριότητας σε επίπεδο 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 661 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 περιφέρεια αναφοράς λαμβάνει συγκεκριμένους συντελεστές βαρύτητας, ώστε να διασφαλίζεται η, όσο το δυνατόν, πιο αντιπροσωπευτική συμμετοχή κάθε κατηγορίας του πληθυσμού στο λιανικό εμπόριο.

1.2 Σύγκριση βασικών χαρακτηριστικών επιχειρήσεων έρευνας πεδίου και επίσημων στατιστικών

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 αξιοσημείωτο 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.

Στη συνέχεια, 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.

Πίνακας 1.1 Νομική μορφή: Σύγκριση		
Νομική μορφή	Μητρώο ΕΛΣΤΑΤ	Έρευνα πεδίου 2025
ΟΕ - ΑΤΟΜΙΚΗ - ΕΕ	96,40%	96,40%
ΑΕ - ΕΠΕ	2,60%	1,90%
Άλλο	1,00%	1,70%
Σύνολο	100%	100,00%

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.

Πίνακας 1.2 Αριθμός απασχολούμενων		
Αριθμός απασχολούμενων	Πληθυσμός - στόχος λιανικού εμπορίου	Έρευνα πεδίου 2025
Έως και 10 άτομα	98,80%	98,9%
11 άτομα και άνω	1,20%	1,10%
Σύνολο	100%	100%

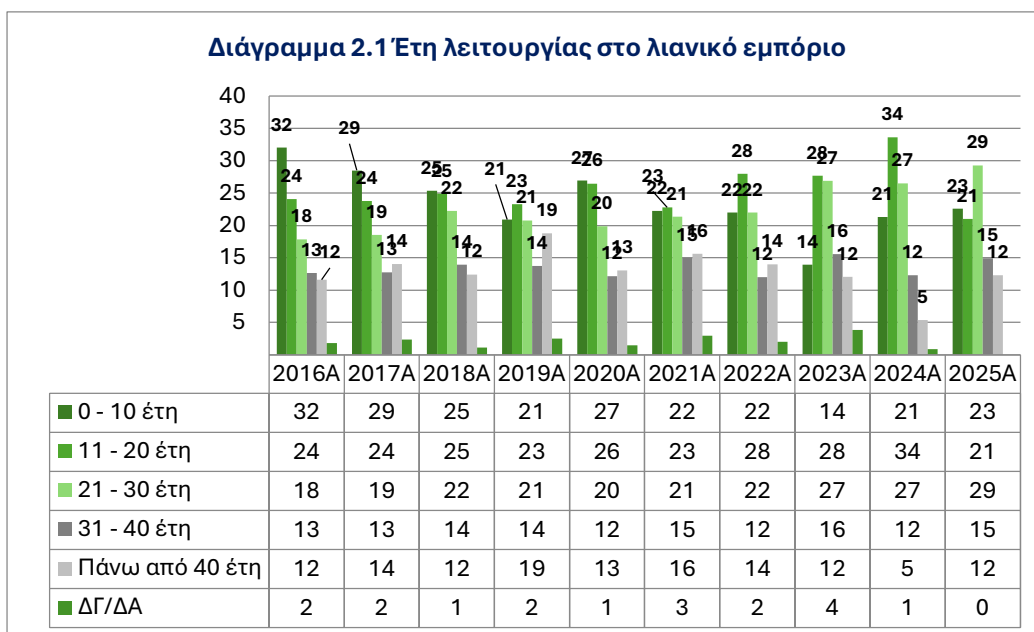
2. Το προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων και οι επιχειρηματικές στρατηγικές

Το πρώτο μέρος της έκθεσης στηρίζεται στη δειγματοληπτική πρωτογενή έρευνα του INEMY-ΕΣΕΕ, σε πανελλαδικό δείγμα 661 επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, η οποία πραγματοποιείται σε ετήσια βάση από το 2016. Ο πληθυσμός-στόχος της έρευνας πεδίου αποτελείται από όλες τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, σε πανελλαδικό επίπεδο, πλην πέντε κατηγοριών δραστηριότητας σε επίπεδο τετρανήφιας κατηγοριών. 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. Η έρευνα παρέχει τη δυνατότητα συστηματικής παρακολούθησης των οικονομικών επιδόσεων των επιχειρήσεων του κλάδου, καθώς συνθέτει μια χρονοσειρά δέκα ετών καταγραφής. Στην πρώτη ενότητα, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα σχετικά με το προφίλ των επιχειρήσεων. Στη δεύτερη ενότητα, διερευνώνται τα οικονομικά μεγέθη, ενώ στην τρίτη, αναλύεται το ύψος του ιδιωτικού χρέους των επιχειρήσεων, το οποίο αφορά τις οφειλές προς το Δημόσιο, τις Τράπεζες, αλλά και τους προμηθευτές. Στην τέταρτη ενότητα, αναλύονται οι προκλήσεις των επιχειρήσεων του κλάδου, και σχολιάζονται οι εξελίξεις στην αγορά ενέργειας και το πώς αυτές επηρεάζουν το λειτουργικό κόστος και τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου.

2.1 Έτη λειτουργίας

Τα έτη λειτουργίας μιας επιχείρησης αποτελούν σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της διαμόρφωσης του προφίλ των εμπορικών επιχειρήσεων. Και αυτό συμβαίνει διότι η διάρκεια λειτουργίας και οι μεταβολές που καταγράφονται διαχρονικά στο επιχειρηματικό περιβάλλον συνδιαμορφώνουν το πλαίσιο, εντός του οποίου δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, ενώ, ταυτόχρονα, επηρεάζει και τις επιχειρησιακές στρατηγικές. Στο διάγραμμα 2.1, αποτυπώνεται η κατανομή των επιχειρήσεων του κλάδου, αναφορικά με τα έτη λειτουργίας τους, από το 2016 έως και το 2025. Διαχρονικά, φαίνεται ότι σημαντικό μερίδιο της κατανομής εντοπίζεται σε επιχειρήσεις με λειτουργία έως και 20 έτη, ενώ, μέσα σε αυτά τα δέκα έτη καταγραφής, η κατανομή σημειώνει αξιοσημείωτες μεταβολές. Το 2025, σε σύγκριση με το 2024,

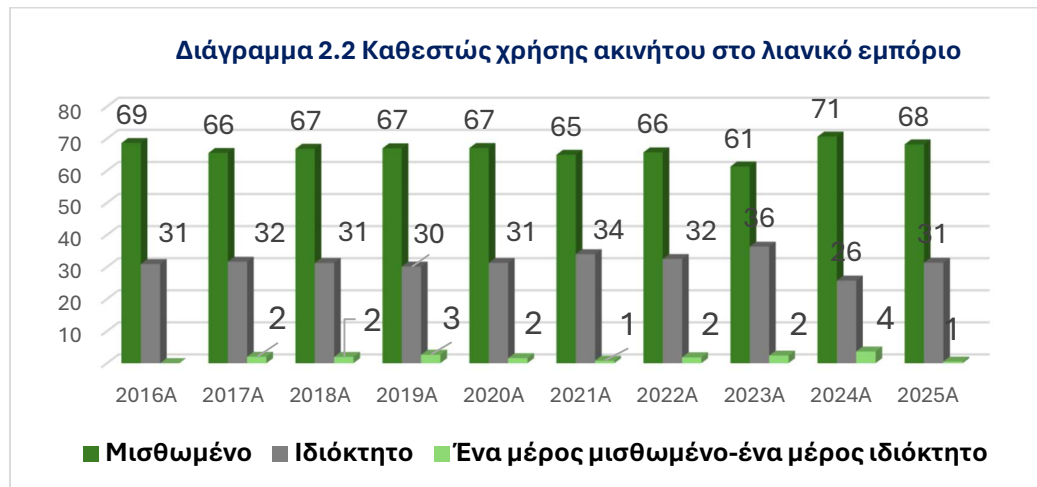
παρατηρείται μια σχετική συρρίκνωση των επιχειρήσεων μεσαίας διάρκειας λειτουργίας (11-20 έτη). Ειδικότερα, φαίνεται να συρρικνώνεται η κατηγορία 11-20 έτη λειτουργίας (21% από 34%) και να μετατοπίζεται σε μεγαλύτερες κλίμακες. Συνολικά, το 2025, αποτυπώνεται μια αναδιάρθρωση της κατανομής των ετών λειτουργίας, με την ενίσχυση των νεότερων από 21%, το 2024, σε 23%, το 2025, και των εδραιωμένων, παλαιότερων επιχειρηματικών μονάδων, πάνω από 31 έτη λειτουργίας, από 17% σε 27%.



2.2 Ιδιοκτησιακό καθεστώς επαγγελματικής στέγης

Στη συνέχεια, ακολουθεί η απεικόνιση της κατανομής σχετικά με το καθεστώς χρήσης του ακινήτου των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, όπου φαίνεται να καταγράφεται ένα επαναλαμβανόμενο μοτίβο, με σημαντική υπεροχή της επαγγελματικής μίσθωσης ακινήτων. Διαχρονικά, η μίσθωση αποτελεί την κυριότερη επιλογή επαγγελματικής στέγης, σημειώνοντας, όμως, υποχώρηση στο 68%, το 2025, έναντι του 71%, το 2024. Παράλληλα, ενισχύεται το ποσοστό της ιδιόκτητης επαγγελματικής στέγης, φτάνοντας στο 31%, το 2025, έναντι 26%, το 2024. Ενώ η μεικτή μορφή χρήσης ακινήτου περιορίζεται σημαντικά έναντι του μόλις 4%, του προηγούμενου έτους. Σύμφωνα με τα δεδομένα του διαγράμματος 2.2, η εν λόγω κατανομή για το 2025 σημειώνει μια αναδιάταξη υπέρ της ιδιόκτητης επαγγελματικής στέγης, χωρίς, όμως, να

μεταβάλλεται σημαντικά η διαχρονική βασική δομή, καθώς η μίσθωση της επαγγελματικής στέγης υπερισχύει, ως κυρίαρχο πρότυπο στο λιανικό εμπόριο.



Πιο κάτω, παρουσιάζεται η συσχέτιση μεταξύ των ετών λειτουργίας μιας επιχείρησης και του ιδιοκτησιακού καθεστώτος του ακινήτου, όπου αυτή στεγάζεται (Πίνακας 2.1), καθώς, όπως προκύπτει και από τη σχετική βιβλιογραφία, αυτές οι δύο μεταβλητές είναι αλληλεξαρτώμενες¹. Σύμφωνα με τα δεδομένα, οι επιχειρήσεις που στεγάζονται σε ιδιόκτητο ακίνητο συγκεντρώνονται, κυρίως, σε κατηγορίες πιο εδραιωμένων επιχειρήσεων, καθώς σχεδόν το 70% αυτών αποτελεί επιχειρήσεις που μετρούν περισσότερα από 21 έτη λειτουργίας. Αντίθετα, διαφορετικό πρότυπο φαίνεται να ακολουθείται στις επιχειρήσεις με μίσθωση επαγγελματικού ακινήτου, οι οποίες κατανέμονται σχεδόν ισόρροπα στις κατηγορίες ανά έτη λειτουργίας, ενώ φαίνεται να καταγράφουν ισχυρή συμμετοχή στις πιο εδραιωμένες παλαιότερες επιχειρήσεις, με άνω των 31 ετών λειτουργίας. Είναι γεγονός ότι η κατανομή των εμπορικών επιχειρήσεων που στεγάζονται αποκλειστικά σε μισθωμένα ακίνητα είναι πιο ομοιόμορφη, καλύπτοντας όλες τις κατηγορίες ετών λειτουργίας, γεγονός που φανερώνει την υψηλή εξάρτηση του κλάδου από τη μίσθωση επαγγελματικών χώρων.

¹ Valia Aranitou, Pantelis C Kostis, Manolis Manioudis & Milena Panagiotopoulou (2025). *The Economics of Retailing: The Poly-transformation of a Traditional Sector*. New York: Palgrave Macmillan.

Πίνακας 2.1 : Έτη λειτουργίας ανά καθεστώς ιδιοκτησίας ακινήτου της επιχείρησης 2025			
	Μισθωμένο ακίνητο	Ιδιόκτητο ακίνητο	ΣΥΝΟΛΟ
0-10 έτη	25%	18%	23%
11-20 έτη	26%	11%	21%
21-30 έτη	29%	29%	29%
31-40 έτη	12%	20%	15%
Πάνω από 40 έτη	8%	21%	12%

Στον Πίνακα 2.2 που ακολουθεί, 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 των ιδιοκτητών σε καθεστώς αυτοαπασχόλησης. Από τη σύγκριση των δύο κατανομών (επιχειρήσεις χωρίς υπαλλήλους και επιχειρήσεις με, τουλάχιστον, έναν υπάλληλο), δεν φαίνεται να προκύπτουν πολύ έντονες διαφοροποιήσεις. Ωστόσο, είναι σημαντικό ότι, στις νεότερες επιχειρήσεις έως 10 έτη λειτουργίας, φαίνεται να είναι σχετικά υψηλότερο το ποσοστό των επιχειρήσεων που ακολουθούν το επιχειρηματικό μοντέλο της αυτοαπασχόλησης, καθώς συγκεντρώνουν το 24% έναντι του 22%, το οποίο καταγράφουν οι νεότερες επιχειρήσεις που απασχολούν υπαλλήλους.

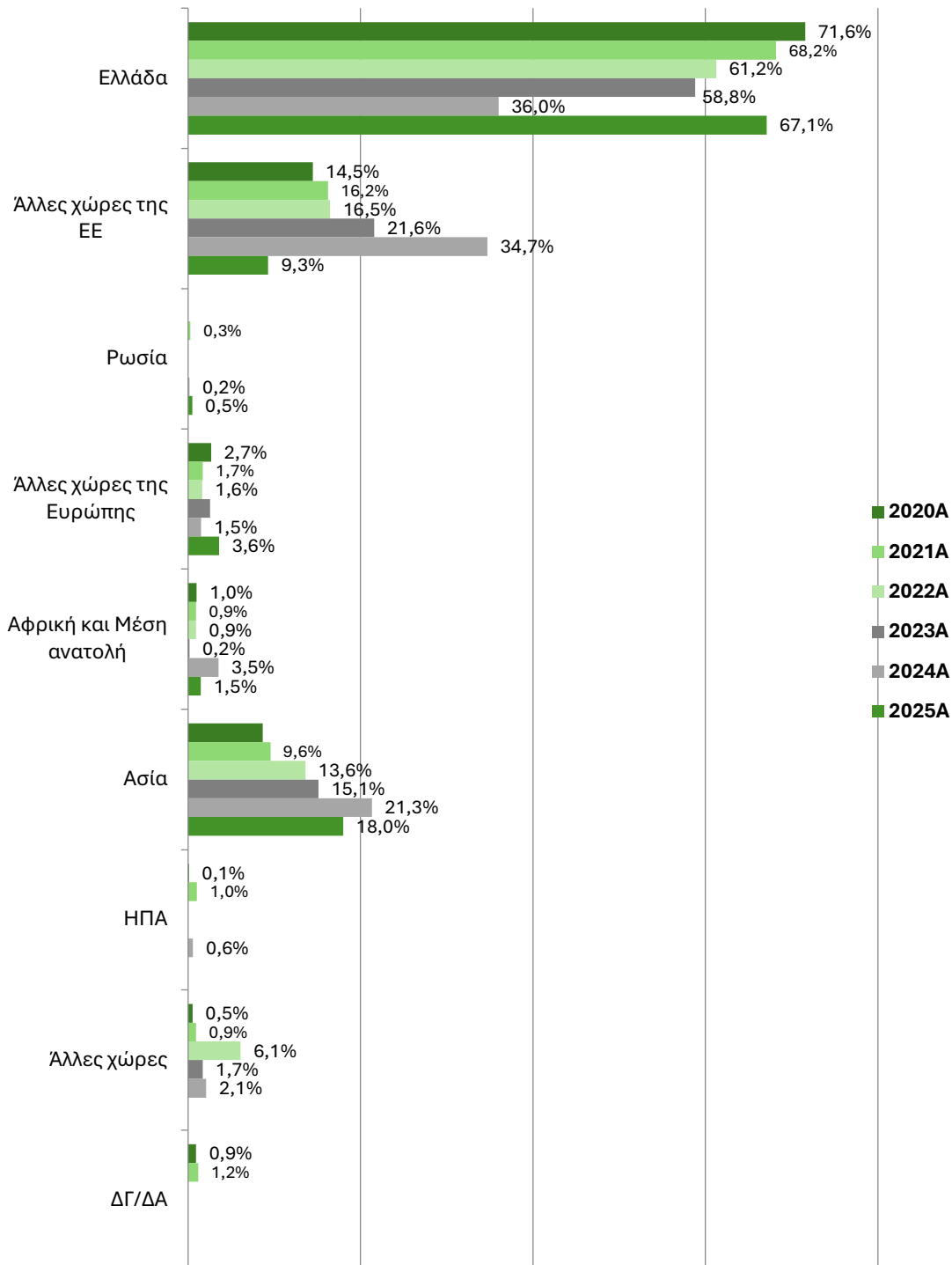
Πίνακας 2.2 : Έτη λειτουργίας και μισθωτή εργασία 2025			
	Χωρίς υπαλλήλους	Με ένα τουλάχιστον υπάλληλο	ΣΥΝΟΛΟ
0-10 έτη	24%	22%	23%
11-20 έτη	21%	21%	21%
21-30 έτη	29%	29%	29%
31-40 έτη	12%	16%	15%
Πάνω από 40 έτη	13%	12%	12%

2.3 Γεωγραφική προέλευση προϊόντων

Η ανάλυση της προέλευσης των προϊόντων που διαθέτουν οι εμπορικές επιχειρήσεις παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.3, συμπληρώνοντας δέκα συναπτά έτη παρακολούθησης, από το 2016 έως και το 2025. Είναι γεγονός ότι η Ελλάδα αποτελεί, διαχρονικά, τη βασική πηγή προμήθειας των εμπορευμάτων στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, δεδομένου ότι το ποσοστό των εγχωρίως παραγόμενων προϊόντων, ενώ σημειώνει μειούμενη τάση έως και το 2024, το 2025, ανακάμπτει, φτάνοντας στο 67% και προσεγγίζοντας, έτσι, την κατανομή του 2021. Επιπλέον, στα δεδομένα, διαφαίνεται ότι διατηρείται η σημαντική αυξητική τάση που έχει καταγραφεί στις εισαγωγές από την Ασία, φτάνοντας το 21%, το 2024, και το 18%, το 2025, εύρημα που μοιάζει να συνδέεται με τη διεύρυνση των εμπορικών δικτύωσης των επιχειρήσεων προς νέες αγορές, κυρίως προς αναζήτηση ανταγωνιστικότερων τιμών.

Βάσει των γενικών τάσεων που αποτυπώνονται στα δεδομένα, φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ενίσχυση της εφοδιαστικής αλυσίδας τους, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις του κόστους μεταφοράς και των υψηλότερων δασμών, αλλά, ενδεχομένως, να αναδεικνύεται και μια στροφή προς τοπικούς παραγωγούς, με σκοπό τη διαφοροποίηση των προϊόντων, αναδιαμορφώνοντας τη στρατηγική τους, με γνώμονα την επιβίωσή τους, την ενίσχυση της ανθεκτικότητάς τους, αλλά και μια ορθολογικότερη διαχείριση του κόστους .

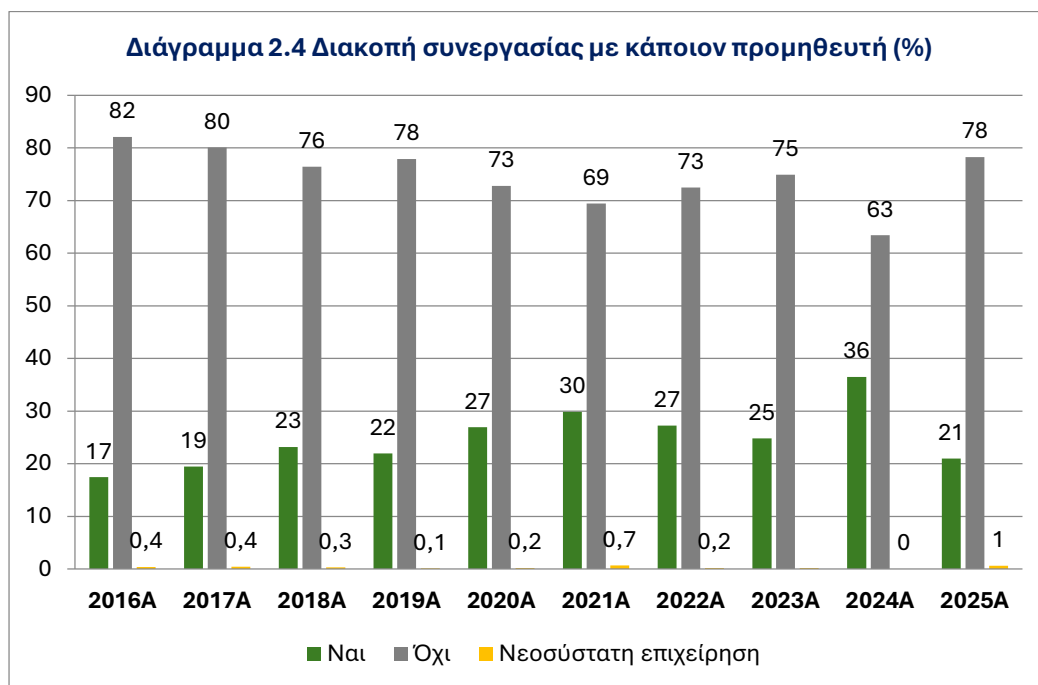
Διάγραμμα 2.3 Πηγές προέλευσης των εμπορευμάτων της επιχείρησης



2.4 Προμηθευτές

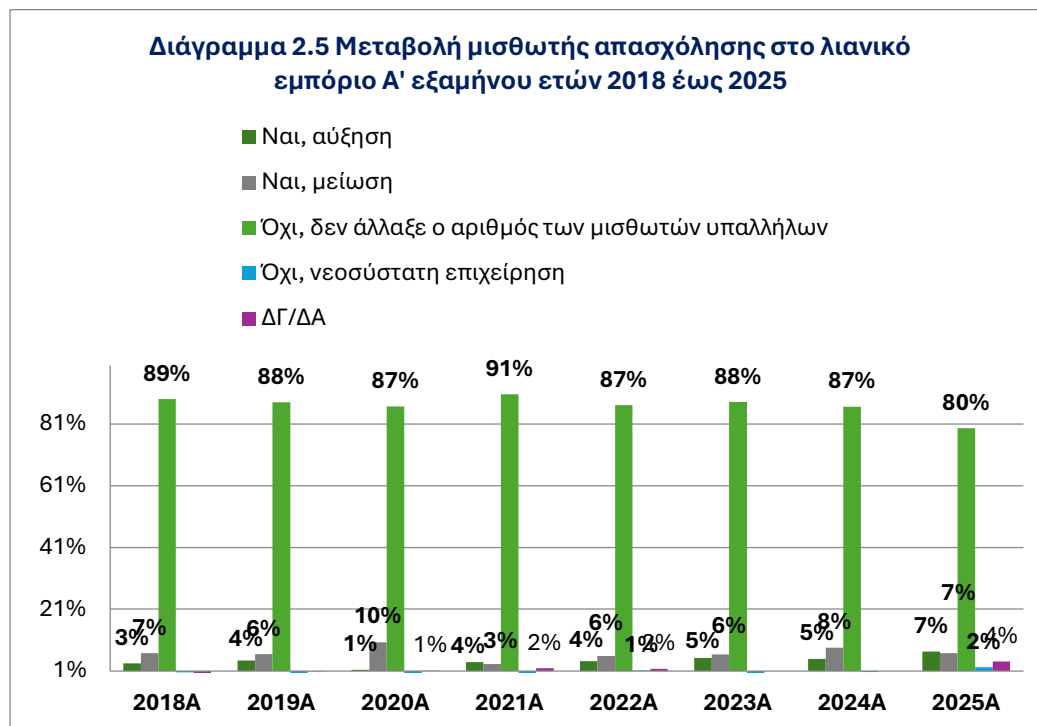
Η διαχρονική παρουσίαση των δεδομένων της έρευνας από το 2016 έως το 2025, σχετικά με τις συνεργασίες των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου με τους προμηθευτές τους, καταδεικνύει μια σταθερότητα στις μεταξύ τους σχέσεις. Παρά τις οριακές διακυμάνσεις που καταγράφονται στο πέρασμα του χρόνου, η διατήρηση των συνεργασιών παραμένει ένα σταθερό μοτίβο των στρατηγικών που υιοθετούν οι επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς το ποσοστό των εταιρειών που δεν προχώρησε σε διακοπή συνεργασίας με κάποιον προμηθευτή παραμένει υψηλό, φθάνοντας στο 78%, και το 2025, ποσοστό σημαντικά ενισχυμένο, σε σχέση με το 2024 (63%).

Οι περιορισμένες μεταβολές της κατανομής μπορούν να ερμηνευτούν ως στοχευμένες προσαρμογές εντός του πλαισίου των επιχειρηματικών συναλλαγών και όχι ως μια εκτεταμένη αναδιάρθρωση των σχέσεων. Συνεπώς, οι σχέσεις B2B, στον κλάδο του εμπορίου, χαρακτηρίζονται από συνέχεια και σχετική ανθεκτικότητα, με τις διακοπές συνεργασίας να αποτελούν περισσότερο μια κατ' εξαίρεση επιλογή, παρά μια συστηματική επιχειρηματική επιλογή.



2.5 Μεταβολή μισθωτής απασχόλησης

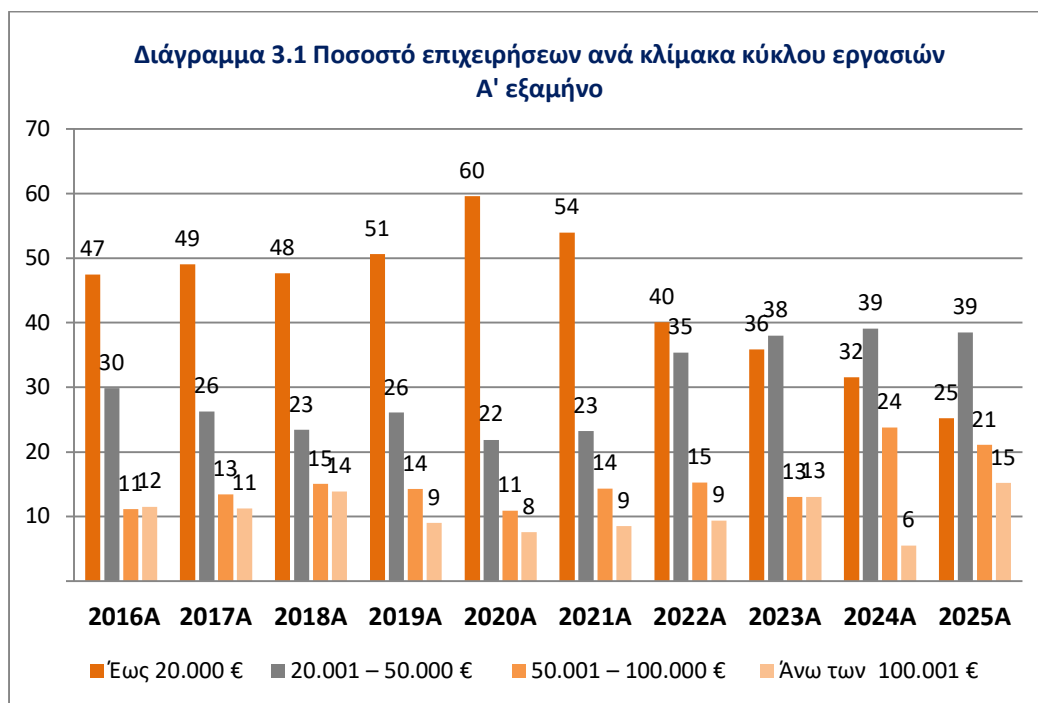
Διαχρονικά ο κλάδος του λιανικού εμπορίου ακολουθεί ένα σταθερό πρότυπο, όσον αφορά τη διατήρηση των θέσεων εργασίας, με την πλειονότητα των επιχειρήσεων να μην σημειώνει ιδιαίτερα έντονες μεταβολές στην απασχόληση. Ειδικότερα, το 2025, το 80% των επιχειρήσεων διατήρησε αμετάβλητες τις θέσεις εργασίας, καταγράφοντας χαμηλότερη τάση από τα έτη 2023 και 2024, όπου το 87% και το 88% αντίστοιχα των επιχειρήσεων δεν προχώρησαν σε αλλαγές στον αριθμό των απασχολούμενων. Παράλληλα, σημειώνεται οριακή άνοδος στο ποσοστό των επιχειρήσεων που αύξησαν την απασχόληση, το οποίο διαμορφώθηκε στο 7%, το 2025, έναντι 5%, το 2024. Το στοιχείο επιβεβαιώνει την γενικότερη τάση στον κλάδο, ενώ οριακή υποχώρηση καταγράφεται στο ποσοστό των επιχειρήσεων που μείωσαν την απασχόληση της επιχείρησής, το 2025 (από 8% σε 7%).



3. Βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο

3.1 Αριθμός επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους κύκλου εργασιών

Στην παρούσα ενότητα, αποτυπώνονται τα βασικά οικονομικά μεγέθη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο. Στο Διάγραμμα 3.1, παρουσιάζεται η κατανομή των εμπορικών επιχειρήσεων, με βάση τον εξαμηνιαίο κύκλο εργασιών του Α' εξαμήνου, για τα έτη 2016 έως και 2025. Ειδικότερα, το ποσοστό των επιχειρήσεων με χαμηλότερο κύκλο εργασιών (έως 20.000€) παρουσιάζει μια πτωτική τάση: 40%, το 2022, 36%, το 2023, 32%, το 2024, και 25%, το 2025. Αντίστοιχα, παρατηρείται διατήρηση μιας σταθερά αυξητικής πορείας της κατηγορίας των εμπορικών επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών από 20.001€ έως 50.000€, η οποία αγγίζει το 39%, τα έτη 2024 και 2025. Επιπλέον, ενισχύεται η αναλογία των επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών μεταξύ 50.001€ και 100.000€, φτάνοντας το 24%, το 2024, ποσοστό που παρουσιάζει σχετική μείωση, το 2025 στο 21%.



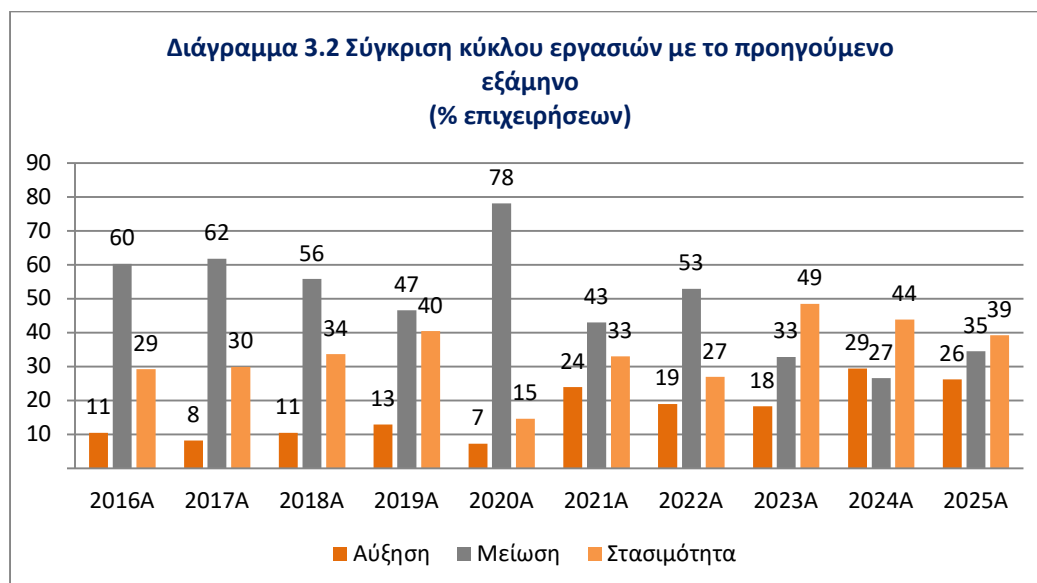
Σχετικά με την εξέλιξη του κύκλου εργασιών από έτος σε έτος, κατά το Α' εξάμηνο, το 2020, καταγράφηκαν οι χαμηλότερες επιδόσεις, καθώς το 78% των επιχειρήσεων παρουσίασε μειούμενες πωλήσεις. Αυτό το υψηλό ποσοστό περιορίστηκε σημαντικά

τα επόμενα έτη, και το 2024 άγγιξε το 27%, έναντι 33%, το 2023, τάση που δεν φαίνεται, όμως, να διατηρήθηκε το 2025, δεδομένου ότι σημειώθηκε σημαντική εκ νέου ενίσχυση του ποσοστού στο 35%.

Αντίστοιχα, στις επιχειρήσεις με αυξητική τάση στον κύκλο εργασιών τους μεταξύ των εξαμήνων, καταγράφηκε μια σημαντική ενίσχυση του αριθμού τους, το 2024 (29% από 18%, το 2023), η οποία δεν συνεχίστηκε, ωστόσο, το 2025, καθώς η αναλογία των επιχειρήσεων με αύξηση στον κύκλο εργασιών τους μειώθηκε στο 26%. Κατά συνέπεια, σημαντικό είναι το μερίδιο των επιχειρήσεων που σημειώνουν στασιμότητα στον κύκλο εργασιών τους, παρουσιάζοντας, εντούτοις, μείωση, σε σχέση με το 2024 (39% έναντι 44%).

Ουσιαστικά, διαφαίνεται μια υποχώρηση της αναλογίας και κάποια μετατόπιση της κατανομής, αντίστοιχα, στις επιχειρήσεις με μειούμενη τάση του κύκλου εργασιών. Το 2025, αποτελεί ένα έτος με σημαντικές προκλήσεις για τους επιχειρηματίες, καθώς έχουν κληθεί να αντιμετωπίσουν ένα μείγμα παραγόντων που συνθέτουν την εικόνα ενός μη ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Τα ευρήματα της έρευνας φέρνουν στο προσκήνιο την πίεση που υφίστανται οι επιχειρήσεις του κλάδου, οι οποίες φαίνεται να διανύουν μια περίοδο κρίσιμης προσαρμογής στα υψηλά λειτουργικά κόστη και στην περιορισμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, λόγω του νέου κύματος των ανατιμήσεων, μετά το ξέσπασμα των πολεμικών συρράξεων στη Μέση Ανατολή .



4. Οφειλές και τραπεζικός δανεισμός

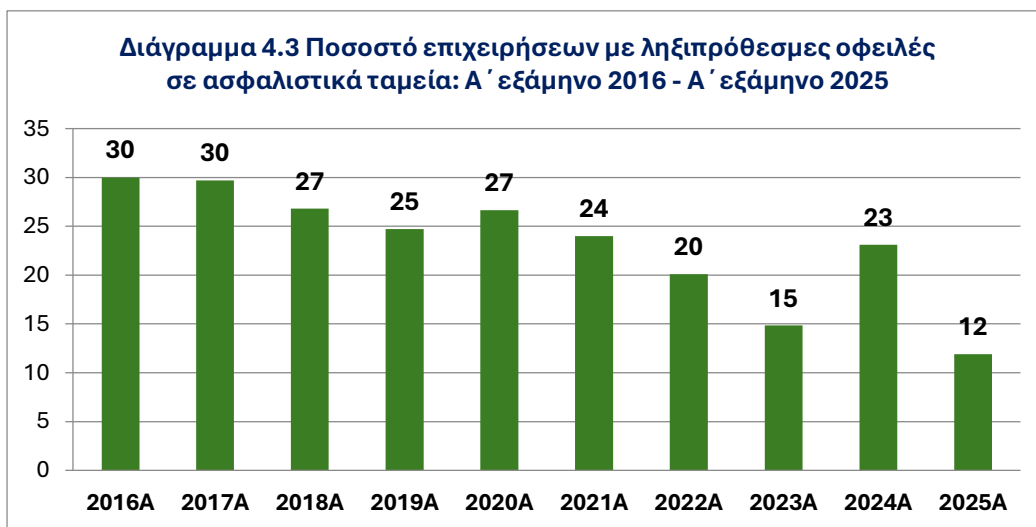
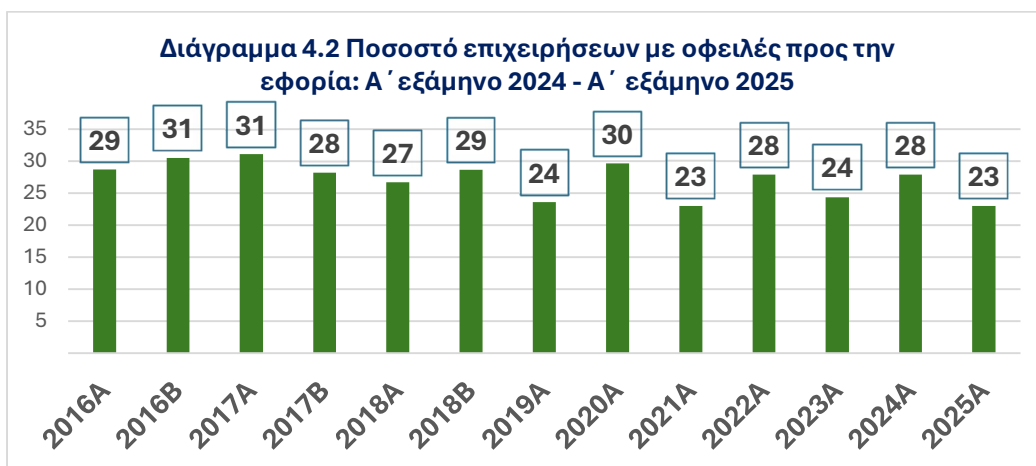
4.1 Ληξιπρόθεσμες οφειλές

Στο πλαίσιο μιας πιο ολοκληρωμένης αξιολόγησης της οικονομικής κατάστασης των επιχειρήσεων του κλάδου, είναι απαραίτητη η διερεύνηση των υποχρεώσεών τους προς το Δημόσιο, το τραπεζικό σύστημα και την αλυσίδα αξίας των προμηθευτών τους.

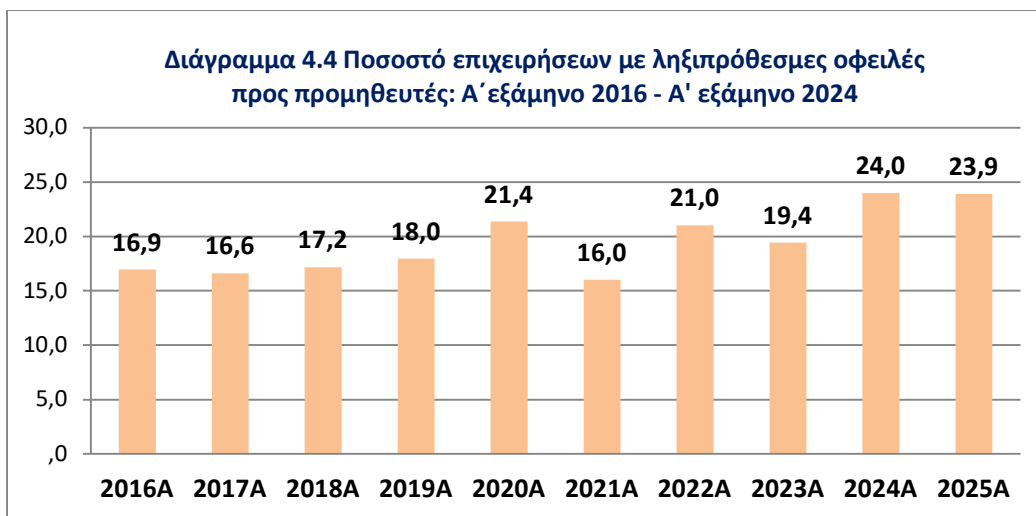
Η παρούσα ενότητα εστιάζει στις φορολογικές και ασφαλιστικές εκκρεμότητες, καθώς και στην κάλυψη των δανειακών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων. Τα ευρήματα του Διαγράμματος 4.1 υπογραμμίζουν ότι το μεγαλύτερο μέρος των εμπορικών επιχειρήσεων δεν καταγράφει ληξιπρόθεσμο ιδιωτικό χρέος. Ειδικότερα, το 2025, το 23% των επιχειρήσεων καταγράφει οφειλές προς την εφορία, έναντι του 28%, το 2024. Σχετικά με τα ασφαλιστικά ταμεία, η μη κάλυψη των υποχρεώσεων κινείται μόλις στο 12%, αναλογία φανερά περιορισμένη από το 2024 (23%), παρά την αύξηση των ασφαλιστικών εισφορών, το 2025, λόγω του πληθωρισμού. Ταυτόχρονα, μόλις το 16% παρουσιάζει αδυναμία έγκαιρης εξόφλησης των προμηθευτών του, αναλογία που διατηρήθηκε σταθερή στα περυσινά επίπεδα, ενώ μόλις το 4% του συνόλου του δείγματος δεν εξυπηρετεί το ενεργό επιχειρηματικό του δάνειο.



Τα στοιχεία των Διαγραμμάτων 4.2 και 4.3 αποτυπώνουν την εξέλιξη του ιδιωτικού χρέους των εμπορικών επιχειρήσεων, δηλαδή τις φορολογικές οφειλές και τις οφειλές προς τα ασφαλιστικά ταμεία. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις φορολογικές οφειλές, φαίνεται ότι ενισχύθηκαν σημαντικά (28%), το 2024, έναντι του 2023 (24%), μοτίβο που δεν επιβεβαιώνεται το 2025, όπου οι οφειλές προς την εφορία καταγράφονται στο 23%, παρουσιάζοντας μια τάση απομείωσης. Ταυτόχρονα, φανερά χαμηλότερα είναι τα επίπεδα των ληξιπρόθεσμων οφειλών, αναφορικά με τα ασφαλιστικά ταμεία, καθώς, παρά την αύξηση που σημειώθηκε το 2024 (23%), το 2025, επιστρέφουν στο 12%, δηλαδή στα επίπεδα του 2023.



Η διαχρονική πορεία των ληξιπρόθεσμων οφειλών προς τους προμηθευτές² αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 4.4. Το διάγραμμα δείχνει ότι, κατά την τριετία 2016 έως και 2018, το ποσοστό των επιβαρυνμένων επιχειρήσεων με ανεξόφλητα τιμολόγια προς τους προμηθευτές ήταν σταθερό, προσεγγίζοντας το 17%. Τα επόμενα έτη χαρακτηρίζονται από εντονότερες διακυμάνσεις, με αυξητική τάση 24%, το 2024, η οποία παραμένει σταθερή και το 2025. Το εύρημα αυτό συνοψίζει τη μεγάλη δυσκολία των εμπορικών επιχειρήσεων να ανταποκριθούν έγκαιρα στο κόστος προμήθειας των εμπορευμάτων, ενώ αντανακλά το ανελαστικό πλαίσιο των συνεργασιών σε ένα γενικευμένα δύσκαμπτο επιχειρηματικό περιβάλλον.



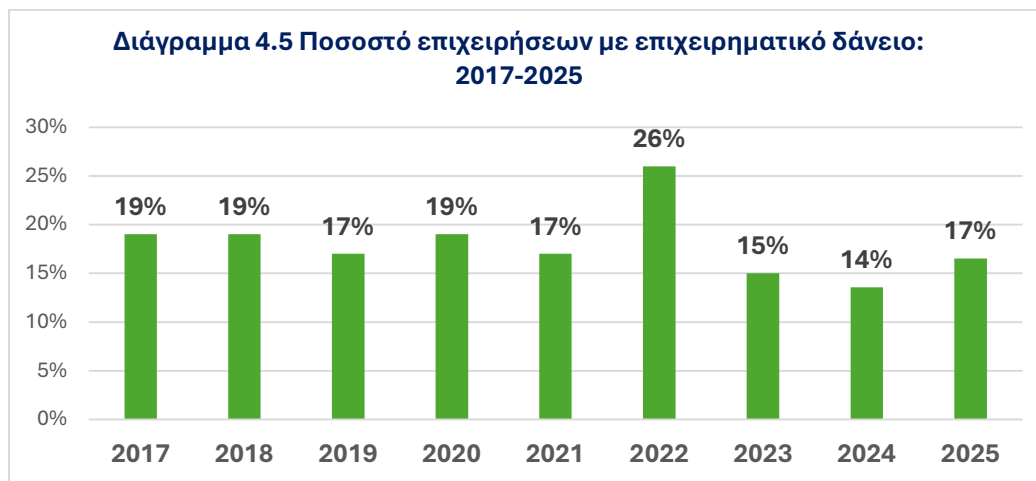
² Ως ληξιπρόθεσμη οφειλή νοείται η οφειλή που δεν έχει αποπληρωθεί προς τον προμηθευτή στον χρόνο που έχει συμφωνηθεί

4.2 Χρηματοδότηση και επενδύσεις

Στον πίνακα 4.1, αποτυπώνεται η εικόνα των πηγών χρηματοδότησης των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, από το 2016 έως το 2025. Η αγορά φαίνεται να αντλεί ρευστότητα από διάφορες πηγές, με την αυτοχρηματοδότηση της επιχείρησης να αποτελεί την κυριότερη πηγή, με σχετική υποχώρηση, κατά τα τελευταία έτη, φτάνοντας στο 81,6%, το 2025, έναντι 86,1%, το 2024. Την ίδια στιγμή, είναι εμφανές ότι δεν παρατηρείται κάποια στροφή προς τον τραπεζικό δανεισμό, καθώς τα τραπεζικά δάνεια συγκεντρώνουν πολύ χαμηλά ποσοστά, προσεγγίζοντας το 9%, το 2025, έναντι του 13,6%, το 2024. Επιπλέον, η ενεργοποίηση του ΕΣΠΑ 2021-2027 φαίνεται ότι μπορεί να προσέφερε νέες διόδους χρηματοδότησης, οι οποίες δεν σταθεροποίησαν, όμως, το ποσοστό, καθώς από το 9,7%, το 2024, επιστρέφει στο 5,7%, το 2025, παρά το νέο πρόγραμμα μικροπιστώσεων. Αντίθετα, τα άτυπα κανάλια χρηματοδότησης, όπως, για παράδειγμα, η στήριξη από συγγενικό/φιλικό περιβάλλον, συγκεντρώνουν, το 2025, ένα αξιοσημείωτο ποσοστό της τάξης του 16,9%. Μολονότι υπήρξε μια σχετική τάση επανασύνδεσης με το πιστωτικό σύστημα, οι επιχειρηματίες φαίνεται να χρηματοδοτούν τη λειτουργία της επιχείρησής τους από τον κύκλο εργασιών της, στοιχείο το οποίο δημιουργεί προβλήματα στην προώθηση του διττού μετασχηματισμού τους.

Πίνακας 4.1 Χρηματοδότηση της επιχείρησης λιανικού εμπορίου: Α΄ εξάμηνο 2016 – Α΄ εξάμηνο 2025 πολλαπλές επιλογές, σε%)										
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Τραπεζικός δανεισμός	3,4	2,1	3,5	3,2	4,2	6,8	5,0	6,9	13,6	9,0
Κεφάλαια επιχείρησης	90,8	87,7	85,2	86,4	86,2	81,8	88,0	95,3	86,1	81,6
Συγγενείς	2,4	25,4	19,7	22,2	24,4	22,3	25,6	6,9	16,6	16,9
Προγράμματα	-	1,8	1,5	1,6	3,5	6,9	21,1	5,5	9,7	5,7

Στο Διάγραμμα 4.5, παρουσιάζεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που έλαβαν επιχειρηματικό δάνειο, κατά την περίοδο 2017 - 2025. Από τη χρονοσειρά διαφαίνεται ότι ο τραπεζικός δανεισμός των επιχειρήσεων, ύστερα από μια φάση σταθεροποίησης, παρουσιάζει μια έντονη διακύμανση, το 2022, όπου κυμάνθηκε στο 26%, ενώ, από το 2023 κι έπειτα, δεν φαίνεται να παρουσιάζει ιδιαίτερες μεταβολές και κυμαίνεται σε ένα σταθερό εύρος, από 15% έως 17%, το 2025. Από την ανάλυση προκύπτει ότι οι εμπορικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν δυσκολία πρόσβασης στην τραπεζική χρηματοδότηση.



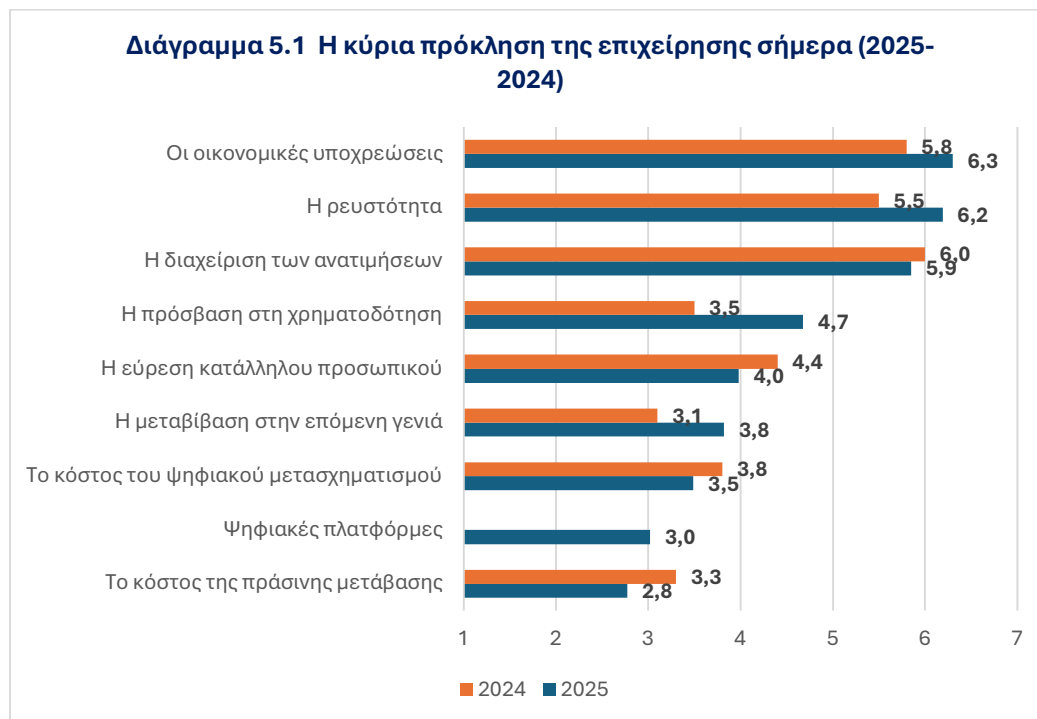
5. Οι προκλήσεις των εμπορικών επιχειρήσεων, οι εξελίξεις στην αγορά ενέργειας και η πράσινη μετάβαση

Στο πλαίσιο της έρευνας, οι επιχειρήσεις αξιολόγησαν, σε μια κλίμακα κρισιμότητας επτά βαθμίδων, όπου το 1 σημαίνει «καθόλου» και το 7 «πάρα πολύ», τη σημαντικότερη πρόκληση που αντιμετώπισε η επιχείρησή τους, το 2025. Οι προκλήσεις, τις οποίες αξιολόγησαν οι επιχειρήσεις με σειρά σημαντικότητας, διαχωρίζονται σε δύο κατηγορίες: α) τις βραχυπρόθεσμες προκλήσεις (όπως η διαχείριση ανατιμήσεων, οι οικονομικές υποχρεώσεις, η ρευστότητα, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση), οι οποίες συνδέονται με τη βιωσιμότητα της επιχείρησης και β) τις μακροπρόθεσμες προκλήσεις (όπως το κόστος του ψηφιακού μετασχηματισμού, η εύρεση κατάλληλου προσωπικού, η διαδοχή, οι πλατφόρμες και το κόστος της πράσινης μετάβασης), οι οποίες μπορούν, δυνητικά, να μετασχηματίσουν το επιχειρηματικό μοντέλο της επιχείρησης (διάγραμμα 5.1).

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι οι κυριότερες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σχετίζονται με την οικονομική πίεση, την έλλειψη ρευστότητας και τη διαχείριση των ανατιμήσεων. Ειδικότερα, οι οικονομικές υποχρεώσεις (6,3 έναντι 5,8, το 2024) και η ρευστότητα (6,2 έναντι 5,5, το 2024) αποτελούν τις πρωτεύουσες προκλήσεις των επιχειρήσεων, στοιχείο που καταδεικνύει τη δυσχέρεια των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις οικονομικές τους δεσμεύσεις και να εξασφαλίσουν επαρκή κεφάλαια για τη βιωσιμότητά τους. Η διαχείριση των ανατιμήσεων συγκεντρώνει, για δεύτερη χρονιά, υψηλό βαθμό επιβάρυνσης (5,9 έναντι 6,0, το 2024). Αξιοσημείωτη θέση στην αξιολόγηση των προκλήσεων κατέχει η πρόσβαση στη χρηματοδότηση (4,7), την οποία οι επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται, κυρίως, ως πρόβλημα πάρα ως πρόκληση, καθώς η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί, διαχρονικά, μια στρέβλωση για την ελληνική επιχειρηματικότητα, λόγω του ανελαστικού πλαισίου, της αυστηροποίησης των κριτηρίων και των δυσκολιών υποβολής αίτησης χρηματοδότησης.

Στον αντίποδα, οι πιέσεις από τις μακροπρόθεσμες προκλήσεις συγκεντρώνουν βαθμούς σημαντικότητας, περίπου ίδιας έντασης, όπως η εύρεση κατάλληλου προσωπικού, (4,0 έναντι 4,4), η μεταβίβαση στην επόμενη γενιά (3,8 έναντι 3,1), αλλά και το κόστος ψηφιακού μετασχηματισμού (3,5 έναντι 3,8), παράγοντες που ενθαρρύνουν τη συνέχεια και την εξέλιξη της επιχείρησης, δίνοντας μεγάλο βάρος

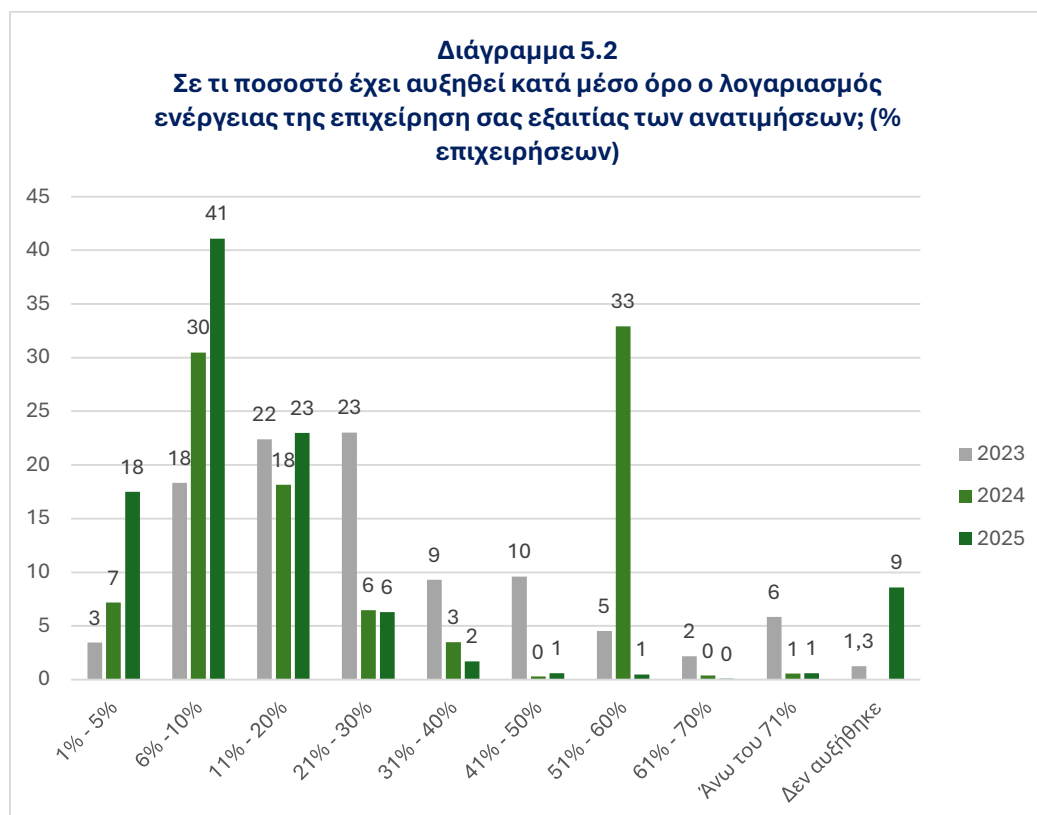
στην τεχνολογική προσαρμογή. Χαμηλότερο βαθμό σημαντικότητας συγκέντρωσαν οι ψηφιακές πλατφόρμες (3,0), ο οποίος παραμένει, ωστόσο, μεγάλος, δεδομένου ότι αυτές εντάσσονται, για πρώτη φορά, στην αξιολόγηση. Ενώ, από την άλλη πλευρά, το κόστος της πράσινης μετάβασης συγκεντρώνει τον χαμηλότερο βαθμό σημαντικότητας στην προτεραιοποίηση των εμπορικών επιχειρήσεων, καταγράφοντας βαθμό σημαντικότητας 2,8 βαθμών, το 2025, έναντι 3,3, το 2024. Συνολικά, οι επιχειρήσεις φαίνεται να προσανατολίζονται περισσότερο στην αντιμετώπιση των άμεσων προβλημάτων, τα οποία συνδέονται, κυρίως, με τις οικονομικές πιέσεις των βραχυπρόθεσμων προκλήσεων, δηλαδή αυξήσεις τιμών, περιορισμένη ρευστότητα και υψηλές φορολογικές υποχρεώσεις.



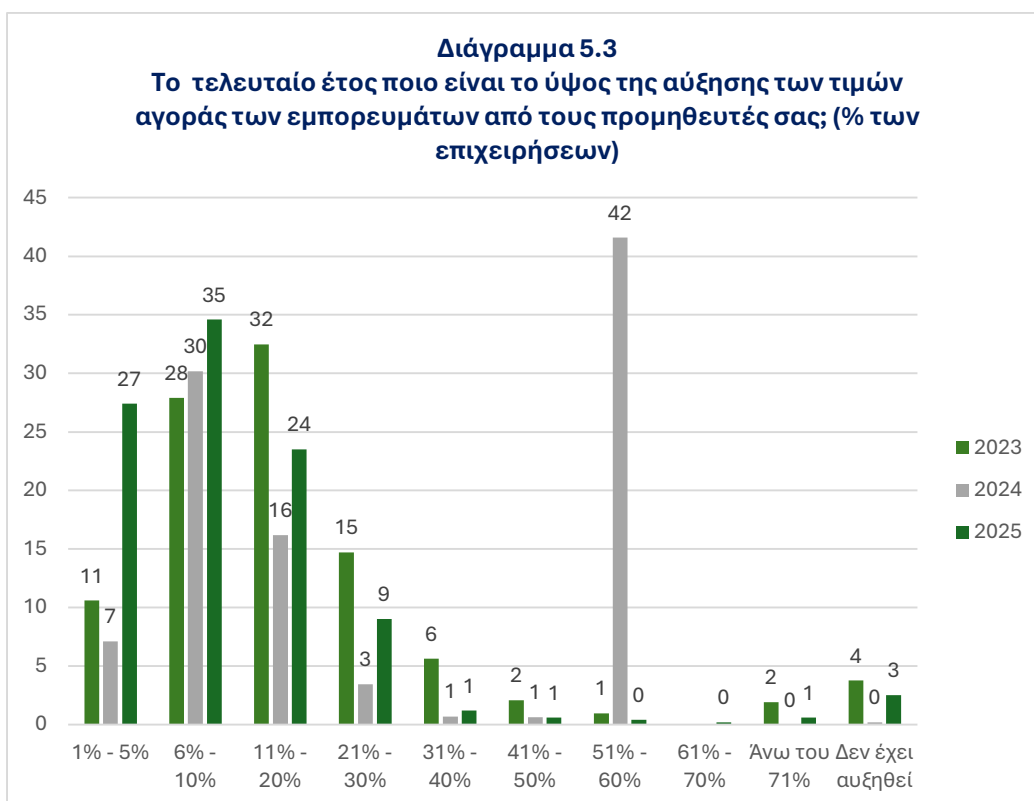
Η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία δημιούργησε μια νέα πραγματικότητα για τις επιχειρήσεις, καθώς η ενεργειακή κρίση επέφερε δομικές αλλαγές στο κόστος λειτουργίας των φυσικών καταστημάτων, με διαφορετική ένταση επιρροής, ανάλογα με τον κλάδο δραστηριότητας. Αυτό συνέβη διότι οι γεωπολιτικές εντάσεις οδήγησαν σε πολύ υψηλές τιμές ενέργειας, αναδεικνύοντας αυτήν την κρίση σε καθοριστικό παράγοντα για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Σε συνδυασμό με τους υπόλοιπους επιβαρυντικούς παράγοντες, όπως η αύξηση των λειτουργικών εξόδων και η σημαντική τροφοδότηση του πληθωρισμού, δημιουργείται ένα αβέβαιο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση στρέφεται προς τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ΑΠΕ), ως βασικό πυλώνα της ευρωπαϊκής ενεργειακής πολιτικής. Ωστόσο η μετάβαση αυτή δεν είναι ανέφελη για τις μικρότερες επιχειρήσεις, καθώς πρέπει να ισορροπήσουν ανάμεσα στο υψηλό κόστος ενέργειας και στις αναγκαίες, κοστοβόρες πράσινες επενδύσεις.

Σύμφωνα με το διάγραμμα 5.2, η επίπτωση των ανατιμήσεων στους λογαριασμούς ενέργειας των εμπορικών επιχειρήσεων είναι σημαντική. Η απεικόνιση αναδεικνύει μια κλιμάκωση των λειτουργικών δαπανών, η οποία εντοπίζεται, κυρίως, στο 2024, καθώς, βάσει των ευρημάτων, μια στις τρεις επιχειρήσεις κλήθηκε να διαχειριστεί μια δυσμενέστερη νέα συνθήκη, με την ασφυκτική πίεση του ενεργειακού βάρους να δυσχεραίνει τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Το 2025, φαίνεται ότι μειώνεται η ένταση των αυξήσεων στους λογαριασμούς ενέργειας, με σχετική αποκλιμάκωση των ανατιμήσεων, λόγω των σημαντικών μεταβολών του προηγούμενου έτους. Ειδικότερα, με βάση τα ευρήματα του 2025, για σχεδόν έξι στις δέκα επιχειρήσεις, οι ανατιμήσεις στον λογαριασμό ενέργειας κινούνται έως 10%, ενώ, για το 29% των επιχειρήσεων, κινούνται από 11-30%, εύρημα που μπορεί να συνδέεται με τη μετακίνηση ορισμένων επιχειρήσεων σε σταθερή χρέωση ρεύματος.

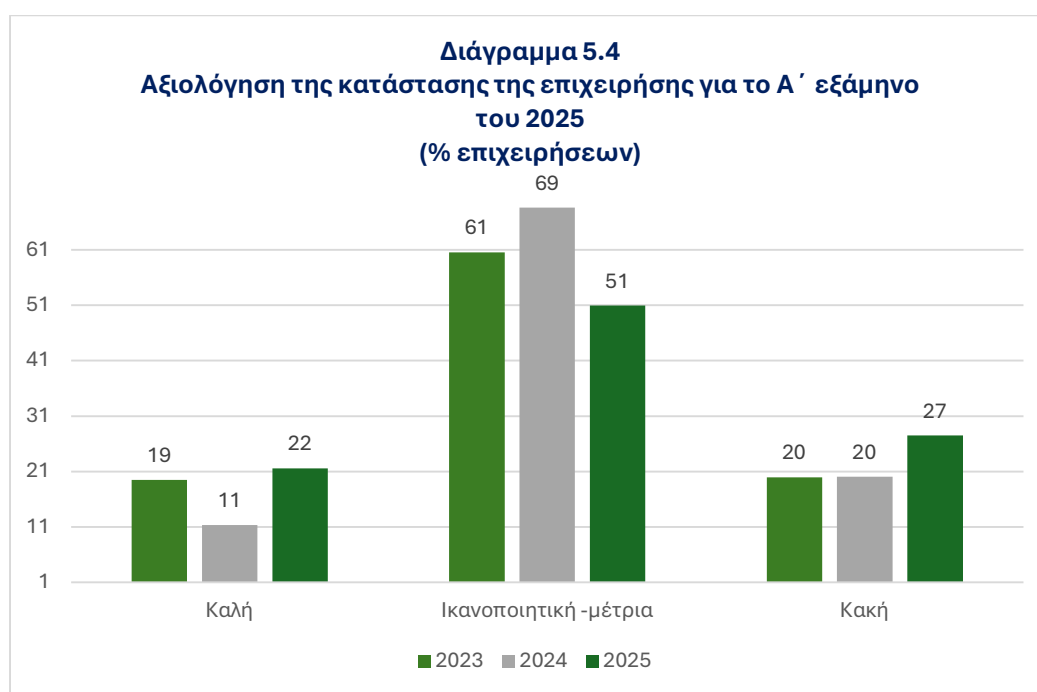


Στο Διάγραμμα 5.3, καταγράφεται η ένταση των ανατιμήσεων, οι οποίες αφορούν τις τιμές χονδρικής και τις αγορές από τους προμηθευτές, στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου. Από την ανάλυση φαίνεται ότι το 2024 αποτέλεσε ένα έτος με υψηλές ανατιμήσεις εκ μέρους των προμηθευτών, και μάλιστα οι αυξήσεις συσσωρεύθηκαν σε μεγαλύτερες κλίμακες ποσοστών. Αντίθετα, όσον αφορά το 2025, αποτυπώνεται μια συγκέντρωση επιχειρήσεων, οι οποίες αντιμετώπισαν χαμηλότερης έντασης ανατιμήσεις, της τάξεως έως 10%, από τους προμηθευτές τους, καθώς περισσότερες από έξι στις δέκα συναθροίζονται στις πρώτες κατηγορίες ανατιμήσεων. Είναι γεγονός ότι, μέσα στην περίοδο 2023-2024, σημειώθηκαν σημαντικές επιβαρύνσεις στις τιμές χονδρικής, ενώ, κατά το 2025, διαφαίνεται μια σχετική επιβράδυνση των ρυθμών ανόδου των τιμών χονδρικής. Οι επιχειρήσεις του κλάδου πέρασαν μια διετία σημαντικών πιέσεων, αναφορικά με τις τιμές αγοράς των εμπορευμάτων, κατά τη διάρκεια της οποίας εξαντλήθηκαν τα περιθώριά τους, χωρίς να υπάρχει επιπλέον χώρος για περαιτέρω στρεβλώσεις στην αλυσίδα αξίας. Κατά συνέπεια, ενδεχόμενοι νέοι δασμοί ή γεωπολιτικά εμπόδια ίσως να επαναπροσδιορίσουν το κόστος και να επηρεάσουν, εκ νέου, τις διακυμάνσεις των τιμών.



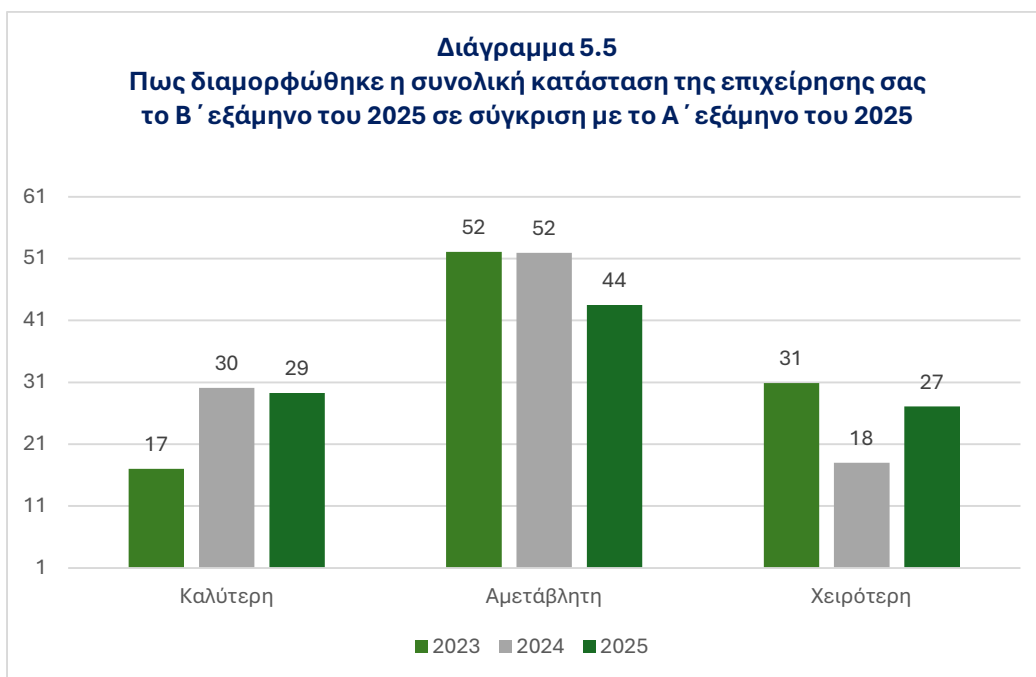
Στη συνέχεια, στο διάγραμμα 5.4, αξιολογείται η κατάσταση της επιχείρησης, όσον αφορά το Α' εξάμηνο του 2025, δηλαδή από την 1η Ιανουαρίου έως την 30η Ιουνίου, κατά το οποίο το ήμισυ των επιχειρήσεων αξιολογεί την κατάστασή του ως ικανοποιητική-μέτρια, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό (27%) δηλώνει ότι η κατάσταση της εταιρείας δεν είναι καλή, και το 22% θεωρεί ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε καλή κατάσταση.

Από τη σύγκριση των ευρημάτων μεταξύ του Α' εξαμήνου του 2025 και του Α' εξαμήνου του 2024, προκύπτουν σημαντικές διαφοροποιήσεις στις εκτιμήσεις των επιχειρήσεων, σχετικά με την κατάσταση της επιχείρησης. Αρχικά, το ποσοστό των επιχειρηματιών, οι οποίοι αξιολογούν την κατάστασή τους ως ικανοποιητική- μέτρια περιορίζεται σημαντικά, το 2025, καθώς από 69% (2024) φτάνει στο 51%. Ενώ, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δηλώνει ότι η κατάστασή του δεν είναι καλή ενισχύεται σημαντικά από 20% σε 27%. Αντίστοιχα, το 22% αξιολογεί ως καλή την κατάσταση της επιχείρησης, αναλογία με φανερά αυξητική τάση, από το 2024 (11%).



Στο διάγραμμα 5.5, αξιολογείται η κατάσταση της επιχείρησης, κατά το Β' εξάμηνο του 2025, σε σύγκριση με το Α' εξάμηνο του 2025. Από τα ευρήματα φαίνεται ότι ένα πολύ σημαντικό μερίδιο των επιχειρήσεων (44%) εκτιμά πως η οικονομική του κατάσταση παρέμεινε αμετάβλητη κατά το Β' εξάμηνο του 2025, συγκριτικά με το Α' εξάμηνο του ίδιου έτους. Επιπλέον, βελτιωμένες επιδόσεις καταγράφει, το Β' εξάμηνο

του 2025, το 29% των επιχειρήσεων, ενώ το 27% εμφανίζει εικόνα επιδείνωσης. Οι δύο τελευταίες καταγραφές, όσον αφορά το Β' εξάμηνο, καταδεικνύουν, εν τέλει, μια ανησυχητική εικόνα για την πορεία της αγοράς, καθώς η υψηλή στασιμότητα και το σημαντικό μερίδιο επιδείνωσης υπογραμμίζουν μια σχετική απόκλιση από τα δεδομένα της αγοράς, καθώς το Β' εξάμηνο αποτελεί, παραδοσιακά, το καλύτερο εξάμηνο του έτους, λόγω της τουριστικής σεζόν και της εορταστικής περιόδου.



**Στην έρευνα του 2025 τροποποιήθηκε το λεκτικό της ερώτησης και αφορούσε εκτίμηση και όχι πρόβλεψη*

ΜΕΡΟΣ Β΄

**Ανασκόπηση μελετών αναφορικά με τον κύκλο εργασιών των
επιχειρήσεων για το 2025**

6. Η παρουσίαση της εξέλιξης του κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο (ΚΑΔ 45 & 47) – Α΄ τρίμηνο 2025

6.1 Μακροοικονομική επισκόπηση και η διαφοροποίηση της ονομαστικής και της πραγματικής μεταβολής

Η οικονομική δραστηριότητα, στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, κατά το Α΄ τρίμηνο του 2025, χαρακτηρίζεται από συνθήκες δυναμικής στασιμότητας, με την οριακή μεταβολή των μεγεθών να μην υποδηλώνει ουσιαστική αναπτυξιακή τάση.

Σε ονομαστικούς όρους, ο συνολικός κύκλος εργασιών του λιανικού εμπορίου, συμπεριλαμβανομένων της πώλησης και της συντήρησης οχημάτων, κατέγραψε οριακή αύξηση, της τάξεως του +0,6%, διαμορφούμενος στα 16,17 δισ. Ευρώ, έναντι 16,08 δισ. Ευρώ, την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Η μεταβολή αυτή, η οποία αντιστοιχεί σε περίπου 90 εκατ. Ευρώ, αξιολογείται ως στατιστικά οριακή και δεν συνιστά ένδειξη επιταχυνόμενης οικονομικής μεγέθυνσης.

Η ερμηνεία των στοιχείων μεταβάλλεται ουσιαστικά με την ενσωμάτωση της επίδρασης του πληθωρισμού. Δεδομένου ότι ο δείκτης τιμών διαμορφώθηκε στο +2,6%, κατά την ίδια περίοδο, η ονομαστική αύξηση του +0,6% δεν επαρκεί για να αντισταθμίσει τις πληθωριστικές πιέσεις. Ως εκ τούτου, σε πραγματικούς όρους, καταγράφεται αρνητική μεταβολή του όγκου δραστηριότητας, γεγονός που υποδηλώνει συρρίκνωση του πραγματικού κύκλου πωλήσεων.

Συνεπώς, η μικρή ονομαστική ενίσχυση των εσόδων αποδίδεται, κυρίως, στην αύξηση του γενικού επιπέδου τιμών και όχι σε πραγματική διεύρυνση της καταναλωτικής δαπάνης. Η συνολική εικόνα παραπέμπει σε ένα περιβάλλον χαμηλής δυναμικής, λόγω της παρατεταμένης συμπίεσης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών.

6.2 Διάρθρωση της αγοράς και μεταβολές στην καταναλωτική συμπεριφορά

Η εξέταση της ποσοστιαίας συμβολής των επιμέρους υποκλάδων αποκαλύπτει μια έντονη και ταχεία αναδιάρθρωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς, η οποία συνδέεται άμεσα με τη συμπίεση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών και την ανακατανομή της καταναλωτικής δαπάνης προς περισσότερο ανελαστικές επιλογές.

Καταρχάς, παρατηρείται σαφής στροφή προς οικονομικά υποκατάστατα και εναλλακτικά κανάλια κατανάλωσης. Η σημαντική αύξηση στις πωλήσεις κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και ενδυμάτων, μέσω υπαίθριων σημείων πώλησης (+33,4%), καθώς και η αντίστοιχη ενίσχυση της αγοράς μεταχειρισμένων αγαθών (second hand) (+30,7%) συνιστούν ισχυρές ενδείξεις της προσαρμοστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών, με κύριο γνώμονα τη μείωση του κόστους απόκτησης αγαθών.

Παράλληλα, διατηρείται η ηγετική θέση των βασικών αγαθών στην καταναλωτική δαπάνη. Τα super markets εξακολουθούν να αποτελούν τον κυρίαρχο πυλώνα εσόδων, καταγράφοντας αύξηση, της τάξεως των +163,26 εκατ. Ευρώ, ενώ τα φαρμακευτικά προϊόντα ενισχύονται επίσης σημαντικά (+40,88 εκατ. Ευρώ). Τα δεδομένα αυτά επιβεβαιώνουν τη σταθερή προτεραιοποίηση των δαπανών καθημερινότητας, έναντι των διαρκών καταναλωτικών αγαθών, ενισχύοντας το προφίλ μιας κατανάλωσης προσανατολισμένης στην κάλυψη βασικών αναγκών.

Αντιθέτως, οι κλάδοι που σχετίζονται με την τεχνολογία και την ενημέρωση εμφανίζουν αισθητή υποχώρηση. Ο τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός καταγράφει μείωση -14,6%, ενώ τα είδη γραφικής ύλης υποχωρούν κατά -8,5%. Οι εξελίξεις αυτές υποδηλώνουν αναβολή ή περιορισμό των αγορών μη άμεσης αναγκαιότητας, γεγονός που αντανακλά τη μετατόπιση της καταναλωτικής προτεραιοποίησης προς πιο απαραίτητες δαπάνες.

Συνολικά, τα στοιχεία, ανά κατηγορία, καταδεικνύουν μια δομική αναδιάρθρωση του καταναλωτικού προτύπου, με ενίσχυση των κατηγοριών χαμηλού κόστους και βασικής ανάγκης, και ταυτόχρονη υποχώρηση των κατηγοριών διακριτικής ή περισσότερο ελαστικής ζήτησης.

6.3 Ιστορική αναδρομή και σωρευτική ανάλυση εξαετίας (2019-2025)

Η ανάλυση της εξαετούς πορείας του κλάδου καταδεικνύει μια σημαντική σωρευτική αύξηση του συνολικού κύκλου εργασιών, η οποία ανέρχεται σε +50,7% ή περίπου +5,44 δισ. Ευρώ³. Ωστόσο, αυτή η ποσοτική μεγέθυνση, όταν εξετάζεται σε επίπεδο σύνθεσης, αναδεικνύει έντονες διαρθρωτικές ασυμμετρίες στην κατανομή της ανάπτυξης.

- **Συγκέντρωση της ανάπτυξης σε βασικούς κλάδους:** περίπου τα 2/3 της συνολικής σωρευτικής αύξησης (67,1%) αποδίδονται αποκλειστικά στους κλάδους των οχημάτων, των καυσίμων και των τροφίμων, γεγονός που υποδηλώνει υψηλή συγκέντρωση της καταναλωτικής δαπάνης σε αγαθά ανελαστικής ζήτησης.
- **Περιορισμένη συμμετοχή του υπόλοιπου λιανικού εμπορίου:** το εναπομείναν περίπου 1/3 της συνολικής αύξησης (περίπου 1,79 δισ. Ευρώ) κατανέμεται στο σύνολο των λοιπών κλάδων του λιανικού εμπορίου, στοιχείο που υποδηλώνει τη σχετικά ασθενέστερη δυναμική των κατηγοριών εκτός του «βασικού καλαθιού» αγορών.
- **Επίδραση του πληθωρισμού στην πραγματική αξία:** ο συσσωρευμένος πληθωρισμός της εξεταζόμενης περιόδου, ο οποίος ανέρχεται σε +18,8%, έχει ουσιαστικά περιορίσει την πραγματική αγοραστική αξία της ονομαστικής αύξησης, μειώνοντας την καταναλωτική δαπάνη.

Συνολικά, η εικόνα που προκύπτει αποτυπώνει μια έντονα συγκεντρωτική ανάπτυξη, η οποία ευνοεί συγκεκριμένες κατηγορίες βασικών αγαθών, ενώ υποβαθμίζει, ταυτόχρονα, τη σχετική συμβολή των υπόλοιπων τμημάτων του λιανικού εμπορίου υπό την επίδραση του πληθωριστικού περιβάλλοντος.

³ Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα δεδομένα από διοικητικές πηγές είναι διαθέσιμα από το 2019, και γι' αυτόν τον λόγο η ανάλυση δεν περιλαμβάνει δεδομένα από έτη πριν το 2019.

Πίνακας 6.1: Λιανικό εμπόριο - Οι ανά έτος μεταβολές του τζίρου στα Α΄ τρίμηνα των τελευταίων έξι ετών & σωρευτική μεταβολή για το διάστημα 2019 - 2025				
	Σύνολο All		Σύνολο ΕΣΕΕ	
Ετήσιες μεταβολές α΄ Τριμήνων	σε δις (€)	(%)	σε δις (€)	(%)
2025/2024	+0,09	+0,6%	+0,07	+1,2%
2024/2023	+0,61	+3,9%	+0,12	+2,2%
2023/2022	+1,99	+14,8%	+0,68	+14,4%
2022/2021	+2,25	+20,0%	+0,93	+24,5%
2021/2020	-0,08	-0,7%	-0,09	-2,3%
2020/2019	+0,58	+5,4%	+0,08	+2,1%
Σωρευτικά: 2025/2019	+5,44	+50,7%	+1,79	+47,1%

6.4 Γεωγραφική κατανομή και περιφερειακή ανομοιογένεια

Η περιφερειακή κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας αποτυπώνει σαφείς διαφοροποιήσεις στην ένταση και τη δυναμική της ανάπτυξης, αναδεικνύοντας μια τάση περιφερειακών ανισοτήτων, εντός της επικράτειας της χώρας.

Στην κορυφή της οριακής θετικής μεταβολής βρίσκονται η Περιφέρεια Αττικής (+1,4%) και η Περιφέρεια Κρήτης (+1,3%). Οι επιδόσεις αυτές συνδέονται, κατά πάσα πιθανότητα, με τη συγκέντρωση εμπορικών δραστηριοτήτων σε αστικά κέντρα υψηλής πυκνότητας, καθώς και με την ενισχυμένη τουριστική ζήτηση, η οποία λειτουργεί ως πρόσθετος πολλαπλασιαστής της τοπικής κατανάλωσης.

Αντιθέτως, σημαντική υστέρηση καταγράφεται σε περιφερειακές οικονομίες με διαφορετικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά. Η Περιφέρεια Θεσσαλίας εμφανίζει τη μεγαλύτερη αρνητική μεταβολή (-3,7%), ενώ η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη ακολουθεί με πτώση -2,3%. Οι εξελίξεις αυτές αναδεικνύουν τις αυξημένες προκλήσεις, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι τοπικές αγορές εκτός μεγάλων αστικών και τουριστικών κέντρων.

Συνολικά, η περιφερειακή εικόνα υποδηλώνει την ύπαρξη έντονων χωρικών ανισοτήτων, στην οικονομική επίδοση, με τις πιο αστικές και τουριστικές περιοχές να παρουσιάζουν σχετική ανθεκτικότητα, ενώ οι λιγότερο κεντροβαρείς περιφέρειες εμφανίζουν αυξημένη ευαλωτότητα σε συνθήκες χαμηλής ζήτησης και οικονομικής πίεσης.

6.5 Το « χάσμα μεγέθους» των εμπορικών επιχειρήσεων και η πίεση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ)

Μια από τις πλέον κρίσιμες διαπιστώσεις, όσον αφορά το Α΄ τρίμηνο του 2025, σχετίζεται με την επιδείνωση της θέσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) στο σύνολο της αγοράς λιανικού εμπορίου, γεγονός που υποδηλώνει ενίσχυση των διαρθρωτικών πιέσεων στο εν λόγω οικοσύστημα.

Ειδικότερα, ο κύκλος εργασιών των ΜμΕ καταγράφει μείωση, της τάξεως του -2,1%, σε ετήσια βάση, εξέλιξη που συνοδεύεται από αντίστοιχη υποχώρηση του μεριδίου τους στη συνολική αγορά. Συγκεκριμένα, το ποσοστό συμμετοχής τους διαμορφώνεται στο 57,1%, έναντι 58,6%, κατά το αντίστοιχο τρίμηνο του 2024, καταδεικνύοντας σταδιακή απώλεια σχετικής βαρύτητας στο οικονομικό σύστημα.

Η εξέλιξη αυτή αντανακλά τάσεις αυξημένης συγκέντρωσης της αγοράς προς μεγαλύτερες επιχειρηματικές μονάδες, οι οποίες φαίνεται να διαθέτουν ενισχυμένη ανθεκτικότητα απέναντι σε συνθήκες χαμηλής ζήτησης, καθώς και πλεονεκτήματα κλίμακας που τους επιτρέπουν καλύτερη απορρόφηση κόστους και προσαρμογή στο μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον.

Συνολικά, τα δεδομένα υποδεικνύουν μια σταδιακή μετατόπιση της δομής του λιανικού εμπορίου προς πιο συγκεντρωτικά σχήματα, εις βάρος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, γεγονός που εγείρει ζητήματα μακροπρόθεσμης ισορροπίας και ανταγωνιστικότητας της αγοράς.

6.6 Η ανάλυση των τριμηνιαίων μεταβολών και η «καθίζηση» της ζήτησης

Σε αντίθεση με τη σχετικά ήπια ετήσια εικόνα, η τριμηνιαία σύγκριση του Α΄ τριμήνου 2025 έναντι του Δ΄ τριμήνου 2024 αποτυπώνει μια έντονα αρνητική δυναμική του κλάδου του λιανικού εμπορίου. Ο συνολικός κύκλος εργασιών καταγράφει σημαντική υποχώρηση, της τάξεως του -16,6%, η οποία αντιστοιχεί σε απώλεια περίπου 3,22 δις. Ευρώ, στοιχείο που υποδηλώνει μια απότομη, αρνητική προσαρμογή της οικονομικής δραστηριότητας, μετά την προηγούμενη περίοδο υψηλής εποχικής ζήτησης.

Η εξέλιξη αυτή μπορεί να ερμηνευθεί ως αποτέλεσμα συνδυαστικών παραγόντων. Πρώτον, η εποχικότητα της αγοράς, δεδομένου ότι η μετάβαση από την εορταστική περίοδο προς το νέο έτος συνοδεύεται, ιστορικά, από κάμψη της καταναλωτικής δαπάνης. Δεύτερον, οι διεθνείς οικονομικές συνθήκες, συμπεριλαμβανομένης της αυξημένης αβεβαιότητας στις παγκόσμιες αγορές, των εμπορικών πολιτικών (όπως οι δασμολογικές παρεμβάσεις των ΗΠΑ) και της ανόδου του κόστους πρώτων υλών, επιβαρύνουν το γενικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η εξέλιξη του επιπέδου τιμών, καθώς καταγράφεται αρνητικός πληθωρισμός, της τάξεως του -0,3%, στο εξεταζόμενο τρίμηνο. Η συγκεκριμένη ένδειξη ενισχύει την ερμηνεία ότι η μείωση του τζίρου δεν προκύπτει από πληθωριστική διόγκωση (ή μεταβολές των τιμών), αλλά αντανακλά μια πραγματική συρρίκνωση της καταναλωτικής δαπάνης.

Συνολικά, η εικόνα του τριμήνου υποδηλώνει μια απότομη και ουσιαστική προσαρμογή της αγοράς, όπου η πτώση της οικονομικής δραστηριότητας αποδίδεται, κυρίως, σε μείωση της καταναλωτικής δαπάνης.

Πίνακας 6.2: Τριμηνιαίες μεταβολές τζίρου στο Λιανικό - Α΄ τρίμ. 2025 έως Δ΄ τρίμ. 2023 -				
	Σύνολο all (σε δις €)	Σύνολο ΕΣΕΕ (σε δις €)	Σύνολο all (%)	Σύνολο ΕΣΕΕ (%)
Α΄ τρίμ. 2025/Δ΄ τρίμ. 2024	-3,23	-1,86	-16,6%	-25,0%
Δ΄ τρίμ. 2024/Γ΄ τρίμ. 2024	0,06	0,41	+0,3%	+5,8%
Γ΄ τρίμ. 2024/Β΄ τρίμ. 2024	0,78	0,27	+4,2%	+4,0%
Β΄ τρίμ. 2024/Α΄ τρίμ. 2024	2,49	1,25	+15,5%	+22,7%
Α΄ τρίμ. 2024/Δ΄ τρίμ. 2023	-3,04	-1,88	-15,9%	-25,4%

6.7 Συμπεράσματα και προοπτικές για το υπόλοιπο του έτους

Η συνολική εικόνα του Α' τριμήνου 2025 υποδηλώνει ότι το λιανικό εμπόριο εισέρχεται σε μια φάση έντονης εσωστρέφειας και περιορισμένης αναπτυξιακής δυναμικής. Η οριακή μεταβολή του συνολικού κύκλου εργασιών (+0,6%), καθώς και η ακόμα πιο ήπια επίδοση του κλάδου, εκτός οχημάτων, καυσίμων και τροφίμων (+1,2%), συνιστούν τις χαμηλότερες καταγεγραμμένες επιδόσεις των τελευταίων τεσσάρων ετών, γεγονός που υποδηλώνει εξασθένηση της καταναλωτικής δαπάνης και του κύκλου εργασιών των εμπορικών επιχειρήσεων.

Η διαμορφούμενη εικόνα παραπέμπει σε ένα καθεστώς μιας «αγοράς δύο ταχυτήτων», όπου η αναπτυξιακή δυναμική δεν κατανέμεται ομοιόμορφα, αλλά συγκεντρώνεται σε συγκεκριμένους κλάδους και επιχειρηματικά μεγέθη. Παράλληλα, η σταδιακή διάβρωση της αγοραστικής δύναμης, λόγω πληθωριστικών πιέσεων, έχει περιορίσει το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών, επηρεάζοντας αρνητικά τη δυναμική της καταναλωτικής δαπάνης.

Παράλληλα, παρατηρείται ενίσχυση της στροφής προς φθηνότερα υποκατάστατα αγαθά, στοιχείο που αντανακλά προσαρμοστικές στρατηγικές των καταναλωτών σε συνθήκες οικονομικής πίεσης και αναδιάρθρωσης των προτεραιοτήτων τους.

Το σύνολο των παραπάνω εξελίξεων διαμορφώνει ένα περιβάλλον αυξημένου κινδύνου και περιορισμένης ανθεκτικότητας, με τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις να εμφανίζονται ιδιαίτερα εκτεθειμένες στις πιέσεις αυτές, λόγω της χαμηλότερης ρευστότητας και των περιορισμένων οικονομικών κλίμακας που διαθέτουν.

7. Η πορεία του λιανικού εμπορίου κατά το Α΄ Εξάμηνο 2025: μια αναλυτική μακροοικονομική προσέγγιση

7.1 Η «πλάνη» των ονομαστικών μεγεθών

Η εξέταση των βασικών οικονομικών μεγεθών του λιανικού εμπορίου, όσον αφορά το Α΄ εξάμηνο του 2025, εξαιρουμένων των κλάδων τροφίμων, οχημάτων και καυσίμων, αποτυπώνει ένα περιβάλλον χαμηλής αναπτυξιακής δυναμικής, όπου η ονομαστική βελτίωση των μεγεθών δεν αντανακλά αντίστοιχη πραγματική ενίσχυση της επιδόσεων των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου.

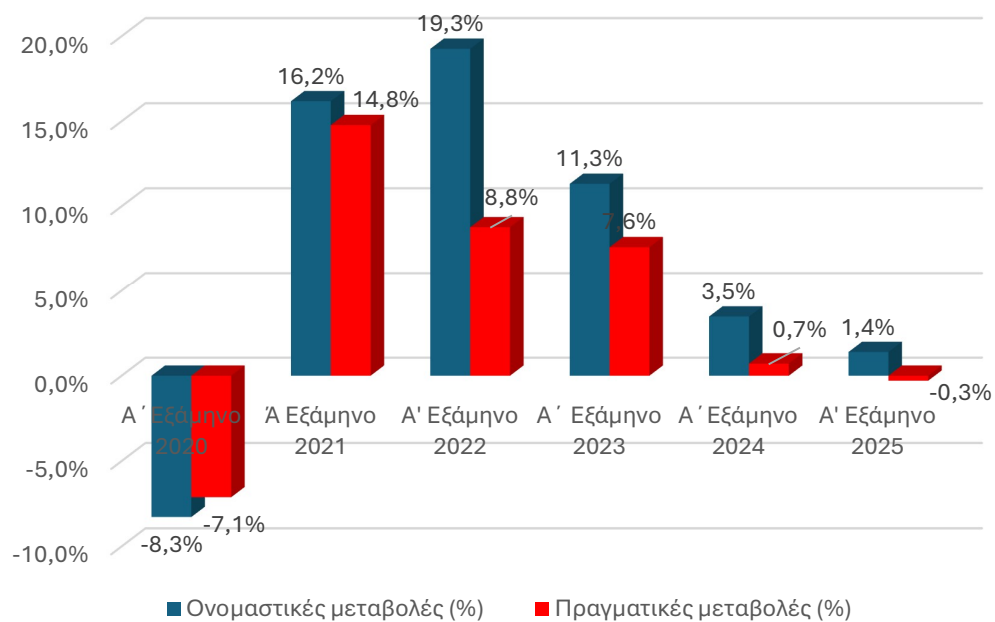
Συγκεκριμένα, ο συνολικός κύκλος εργασιών διαμορφώθηκε στα 12,46 δισ. Ευρώ, καταγράφοντας οριακή αύξηση της τάξεως του +1,4% (δηλαδή, περίπου 171,1 εκατ. Ευρώ) σε σχέση με το αντίστοιχο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Η επίδοση αυτή, αν και θετική σε ονομαστικούς όρους, συνιστά τη χαμηλότερη επίδοση της τελευταίας πενταετίας, γεγονός που καταδεικνύει σαφή επιβράδυνση της αναπτυξιακής πορείας του κλάδου.

Η ουσιαστική ερμηνεία των δεδομένων διαφοροποιείται σημαντικά με την ενσωμάτωση της επίδρασης του πληθωρισμού. Δεδομένου ότι ο μέσος πληθωρισμός της περιόδου διαμορφώθηκε στο 2,5%, υπερβαίνοντας τον ρυθμό ονομαστικής αύξησης του τζίρου, προκύπτει αρνητική μεταβολή σε πραγματικούς όρους. Εκτιμάται ότι ο πραγματικός κύκλος εργασιών παρουσίασε πραγματική μείωση, της τάξεως του 0,3%.

Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι η καταναλωτική δραστηριότητα δεν ενισχύθηκε ουσιαστικά, αλλά, αντίθετα, περιορίστηκε σε όρους όγκου συναλλαγών. Η ονομαστική αύξηση των εσόδων αποδίδεται, κυρίως, στην άνοδο των τιμών και όχι σε αύξηση της ζήτησης ή της καταναλωτικής δαπάνης.

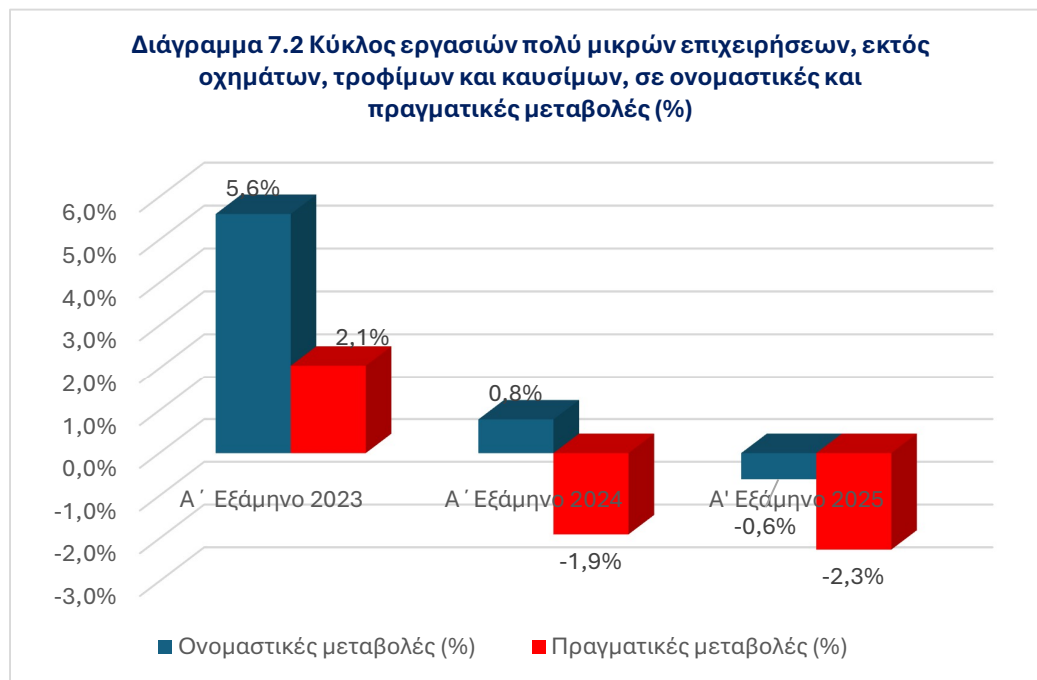
Συνολικά, τα στοιχεία του εξαμήνου αναδεικνύουν ένα καθεστώς στασιμότητας, όπου η πληθωριστική επίδραση συγκαλύπτει την πραγματική υποχώρηση της καταναλωτικής δαπάνης, επιβεβαιώνοντας τη μετάβαση του κλάδου σε μια φάση περιορισμένης δυναμικής και χαμηλών αναπτυξιακών επιδόσεων.

Διάγραμμα 7.1 Κύκλος εργασιών του συνόλου των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, σε ονομαστικές και πραγματικές μεταβολές (%)

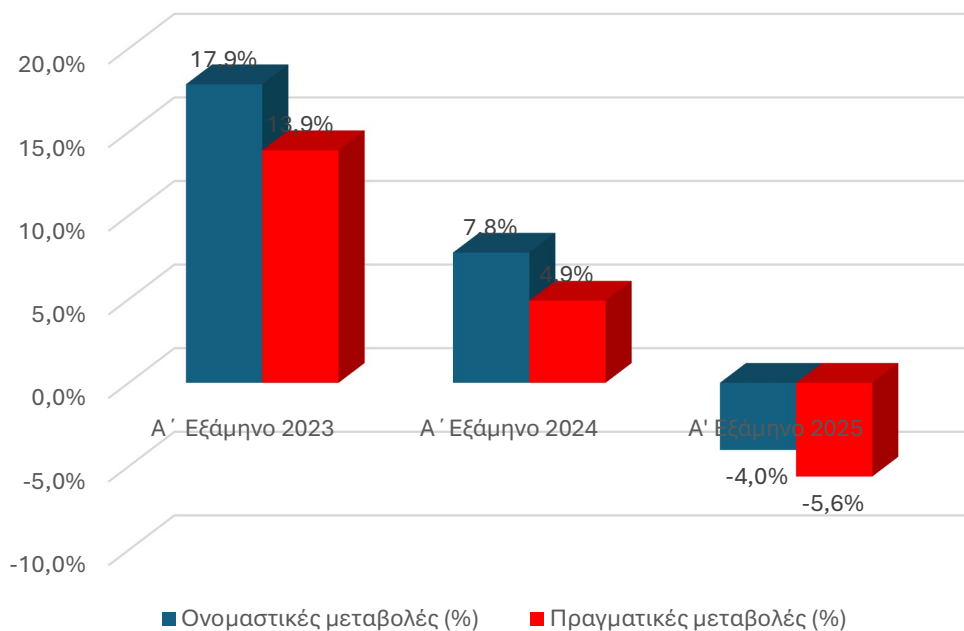


7.2 Δομική ανισορροπία και συγκέντρωση αγοράς ανά μέγεθος επιχείρησης

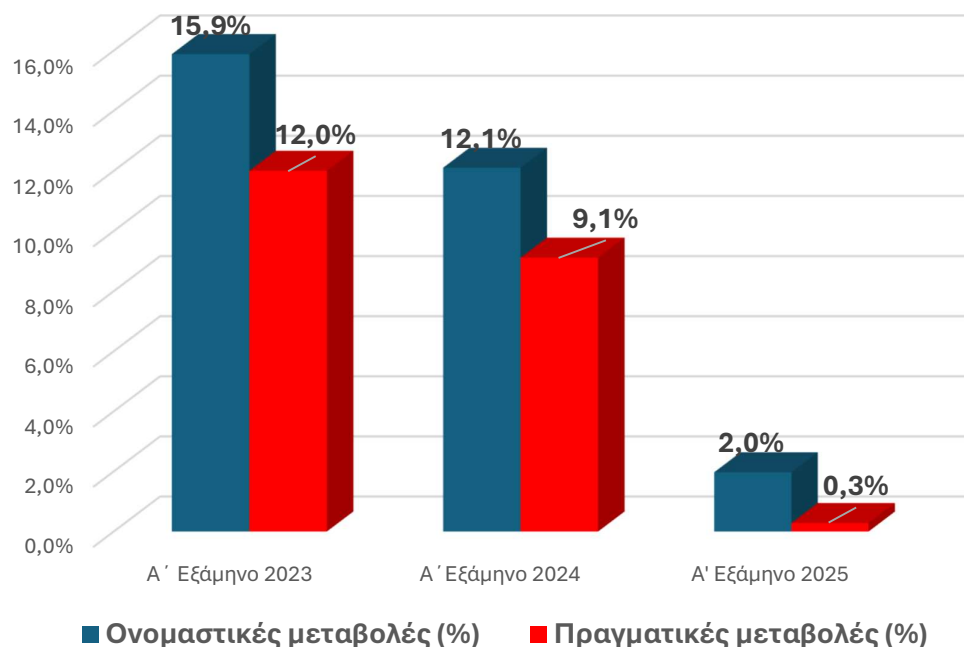
Η ανάλυση των δεδομένων φέρνει στο φως μια αγορά «δύο ταχυτήτων», όπου η επιβίωση των ΠμΕ και ΜμΕ τίθεται υπό αμφισβήτηση. Ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις κατέγραψαν σημαντική άνοδο του κύκλου εργασιών τους (+9,2%), οι ΜμΕ υπέστησαν συρρίκνωση, με τον κύκλο εργασιών τους να υποχωρεί κατά 1,0%. Η διαφοροποίηση αυτή γίνεται ακόμα πιο εμφανής σε επίπεδο πραγματικού κύκλου εργασιών (δηλαδή, μετά την αφαίρεση του πληθωρισμού): ειδικότερα, οι ΠμΕ (α) καταγράφουν συνεχή πτώση του κύκλου εργασιών τους καθ' όλη τη διάρκεια της διετίας 2024-2025, (β) παρουσιάζουν ισχυρή υποχώρηση των μεγεθών τους, κατά το Α' εξάμηνο του 2025 και (γ) εμφανίζουν εικόνα απόλυτης στασιμότητας. Από την άλλη, οι μεγάλες επιχειρήσεις αποτελούν τη μοναδική κατηγορία με υγιή ανάπτυξη, σημειώνοντας πραγματική αύξηση πωλήσεων. Το αποτέλεσμα αυτής της ασυμμετρίας είναι η βίαιη αναδιανομή των μεριδίων αγοράς, με το μερίδιο των ΜμΕ να συρρικνώνεται στο 75,0% από 76,8%.



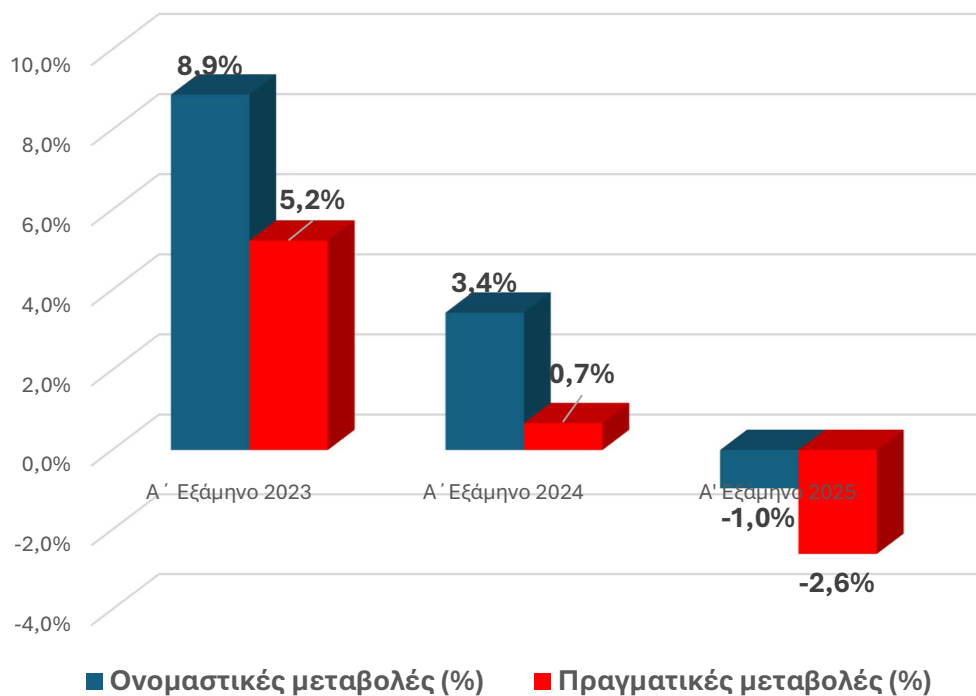
Διάγραμμα 7.3 Κύκλος εργασιών μικρών επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, σε ονομαστικές και πραγματικές μεταβολές (%)



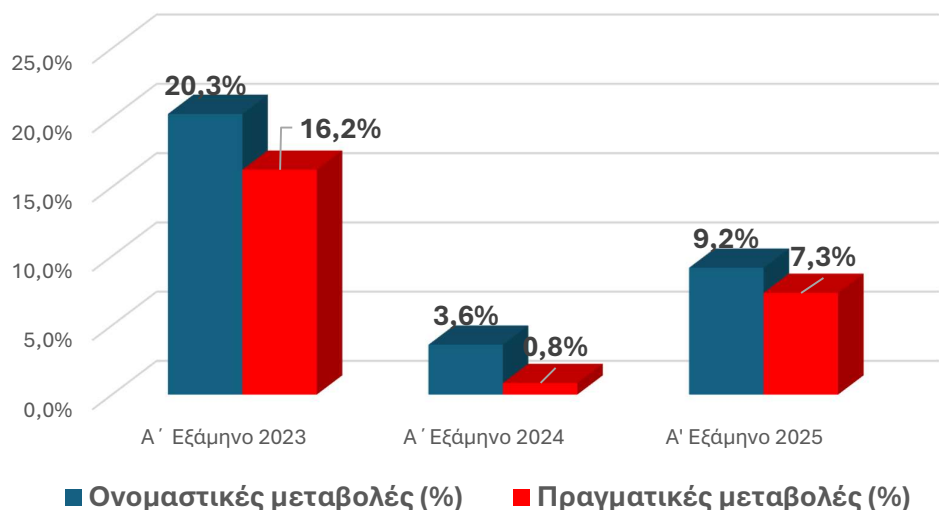
Διάγραμμα 7.4 Κύκλος εργασιών μεσαίων επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, σε ονομαστικές και πραγματικές μεταβολές(%)



Διάγραμμα 7.5 Κύκλος εργασιών ΜμΕ, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, σε ονομαστικές και πραγματικές μεταβολές (%)



Διάγραμμα 7.6 Κύκλος εργασιών μεγάλων επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, σε ονομαστικές και πραγματικές μεταβολές



7.3 Κλαδικές διακυμάνσεις και καταναλωτική στροφή

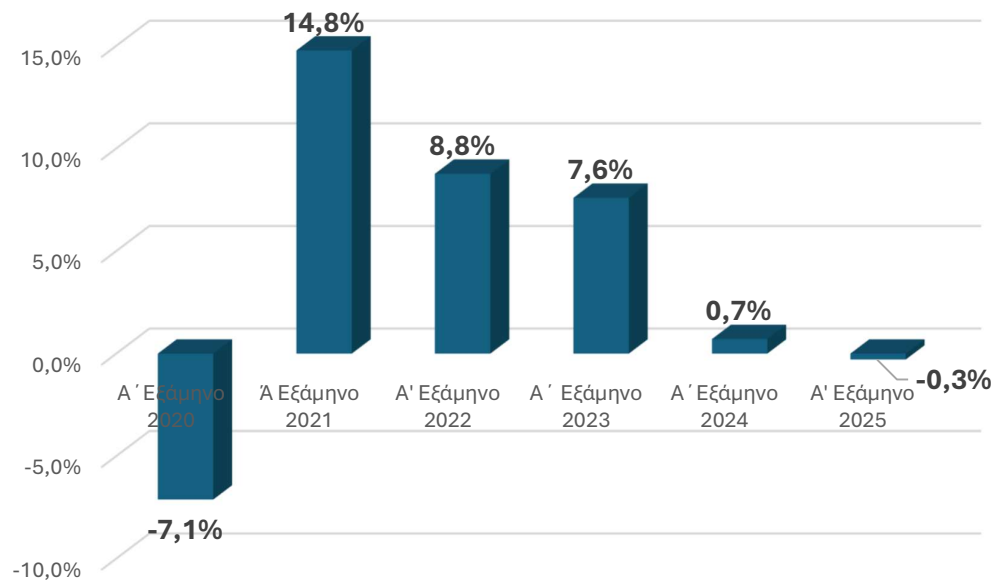
Η επιδείνωση της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών οδηγεί σε μια συστηματική ανακατανομή της καταναλωτικής δαπάνης, με σαφή ενίσχυση των επιλογών χαμηλότερου κόστους και αναπροσαρμογή των καταναλωτικών προτεραιοτήτων. Η τάση αυτή αποτυπώνεται χαρακτηριστικά στην παγίωση της ζήτησης για μεταχειρισμένα αγαθά, τα οποία καταγράφουν εντυπωσιακή αύξηση, της τάξεως του +33,8%, καθώς και στην ενισχυμένη παρουσία προϊόντων από υπαίθριους πάγκους, εξέλιξη που υποδηλώνει έντονη αναζήτηση οικονομικότερων εναλλακτικών λύσεων.

Σε επίπεδο επιμέρους κατηγοριών, ορισμένοι κλάδοι εμφανίζουν θετική δυναμική, αντανakλώντας επιλεκτικές καταναλωτικές προτιμήσεις. Συγκεκριμένα, τα παιχνίδια καταγράφουν αύξηση +8,9%, τα καλλυντικά +7,9%, ενώ οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές ενισχύονται κατά +8,2%, γεγονός που φανερώνει τη διατήρηση των δαπανών τόσο σε τομείς αναψυχής όσο και τεχνολογικού εξοπλισμού. Παράλληλα, τα φαρμακευτικά είδη παρουσιάζουν αύξηση της τάξεως των +91,4 εκατ. Ευρώ (ήτοι, +3,8%), επιβεβαιώνοντας τη σταθερή προτεραιοποίηση των δαπανών για την υγεία και τις βασικές ανάγκες.

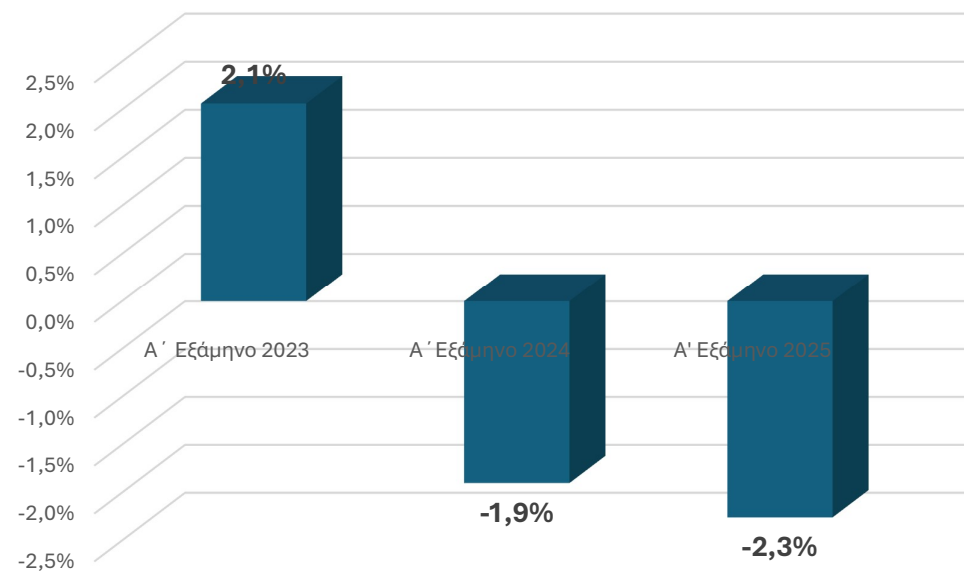
Αντιθέτως, σημαντικές πιέσεις καταγράφονται σε κατηγορίες μη βασικής ή διαρκούς κατανάλωσης. Ο τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός υποχωρεί κατά -14,0%, τα υποδήματα κατά -6,5% και τα χαλιά κατά -8,2%, εξέλιξη που υποδηλώνει αναβολή (ή περιορισμό) των δαπανών για προϊόντα πιο ελαστικής ζήτησης. Οι συγκεκριμένοι κλάδοι φαίνεται να επηρεάζονται άμεσα από τη μείωση της αγοραστικής δύναμης και την συντηρητική αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Συνολικά, τα δεδομένα αναδεικνύουν μια σαφή μετατόπιση του καταναλωτικού προτύπου προς πιο οικονομικές και αναγκαίες επιλογές, με παράλληλη υποχώρηση της ζήτησης σε κλάδους διακριτικής κατανάλωσης, υπό την επίδραση της εισοδηματικής πίεσης και της αυξημένης αβεβαιότητας.

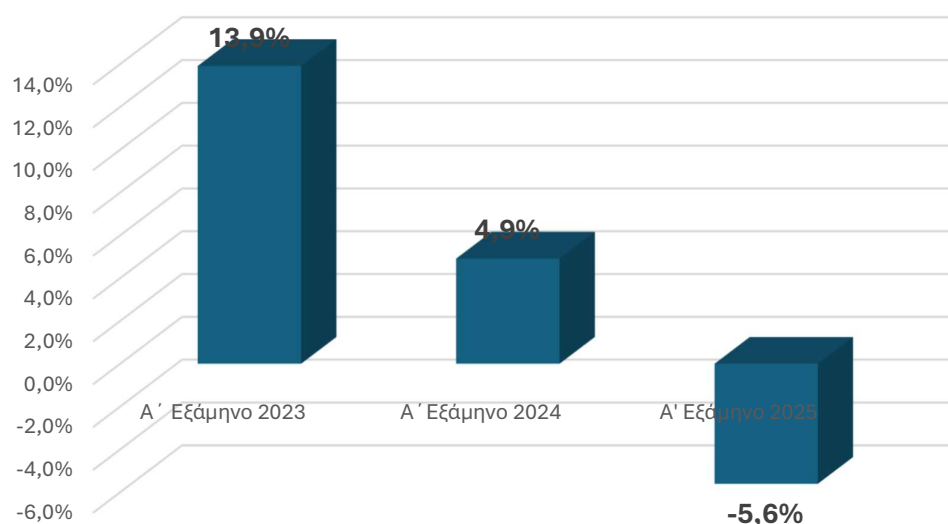
Διάγραμμα 7.7 Μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, χωρίς τον αντίκτυπο του πληθωρισμού



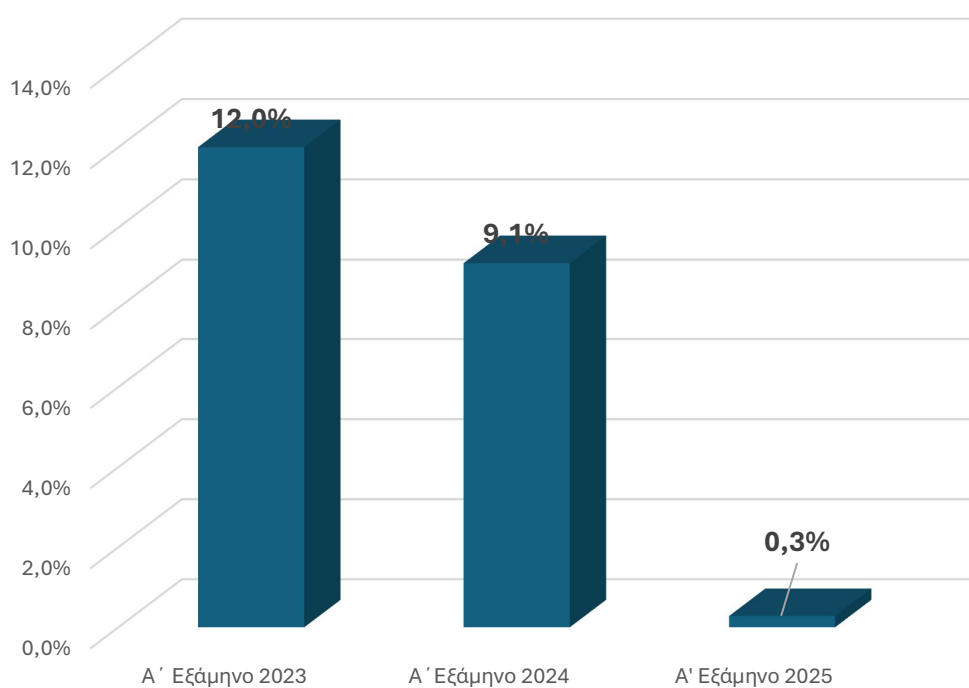
Διάγραμμα 7.8 Μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών των πολύ μικρών επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, χωρίς τον αντίκτυπο του πληθωρισμού



Διάγραμμα 7.9 Μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών των μικρών επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, χωρίς τον αντίκτυπο του πληθωρισμού



Διάγραμμα 7.10 Μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών των μεσαίων επιχειρήσεων, εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, χωρίς τον αντίκτυπο του πληθωρισμού



7.4 Η αποτυχία του «τουριστικού αντισταθμίματος»

Ένα από τα πλέον αξιοσημείωτα ευρήματα της εξεταζόμενης περιόδου αφορά την αποσύνδεση της ισχυρής τουριστικής επίδοσης και της συνολικής εικόνας του λιανικού εμπορίου. Παρά την εντυπωσιακή αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων κατά +11,0%, αυτή η θετική εξέλιξη δεν μεταφράστηκε σε αντίστοιχη ενίσχυση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων.

Η παρατηρούμενη ασυμμετρία υποδηλώνει περιορισμένη διάχυση της τουριστικής δαπάνης προς τις τοπικές εμπορικές αγορές, καθώς η αυξημένη εισροή τουριστικών εσόδων δεν στάθηκε ικανή να αντισταθμίσει τη συρρίκνωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών, με αποτέλεσμα, η συνολική επίδραση της τουριστικής ζήτησης στις εμπορικές επιχειρήσεις να παραμείνει συγκρατημένη, με ενδείξεις υποτονικής εσωτερικής ζήτησης.

Η τάση αυτή επιβεβαιώνεται και από την απόδοση της θερινής εκπτωτικής περιόδου, η οποία κινήθηκε κάτω των προσδοκιών της αγοράς. Η περιορισμένη αποτελεσματικότητα των εκπτώσεων υποδηλώνει ότι οι καταναλωτές παρέμειναν επιφυλακτικοί, προσανατολίζοντας τις καταναλωτικές επιλογές τους περισσότερο προς βασικές ανάγκες και λιγότερο σε διακριτικές αγορές, ακόμα και σε περιόδους ευνοϊκής, θεωρητικά, τιμολόγησης.

Συνολικά, τα δεδομένα υποδεικνύουν ότι η τουριστική ανάπτυξη, αν και σημαντική, σε μακροοικονομικό επίπεδο, δεν λειτουργεί, πλέον, ως αυτόματος πολλαπλασιαστής για το λιανικό εμπόριο, όταν συνυπάρχει με περιορισμένη εγχώρια αγοραστική δύναμη και συγκρατημένη καταναλωτική εμπιστοσύνη.

7.5 Γεωγραφική ανάλυση: περιφερειακές ανισότητες

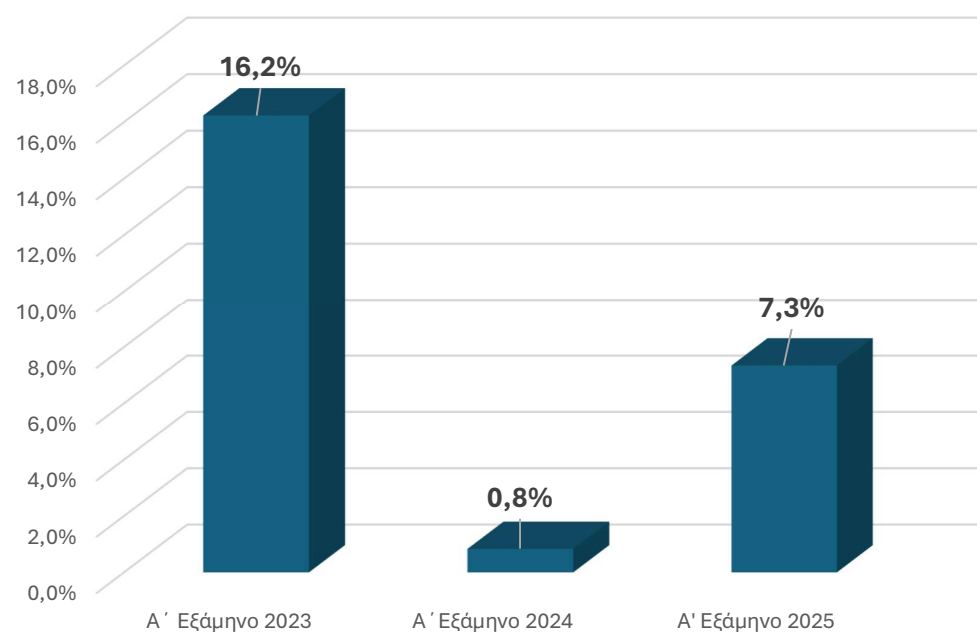
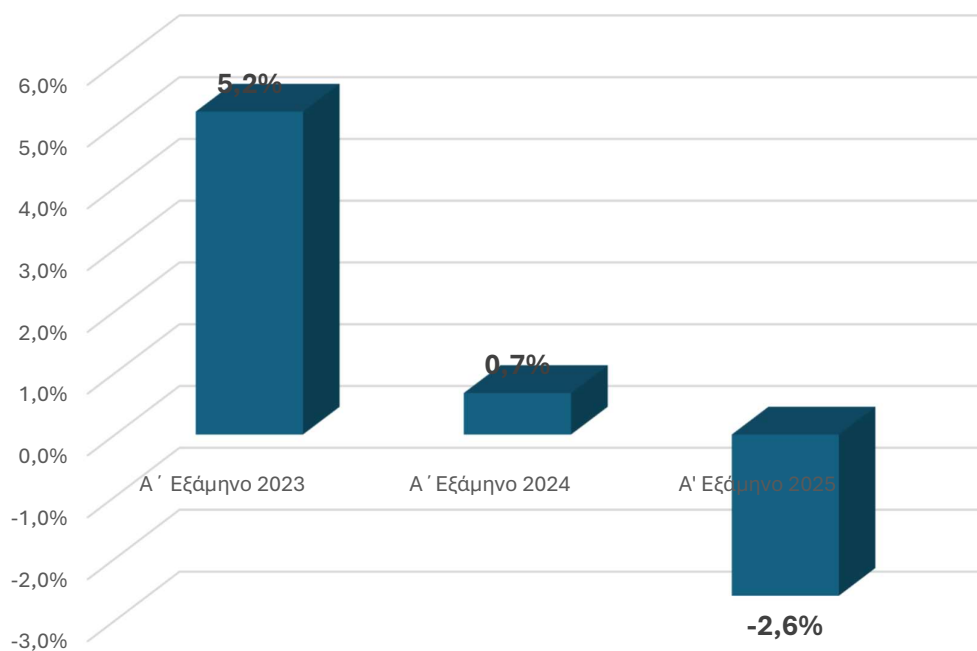
Η περιφερειακή κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας αναδεικνύει σημαντικές διαφοροποιήσεις, ως προς την ανθεκτικότητα και τη δυναμική του λιανικού εμπορίου, επιβεβαιώνοντας την ύπαρξη ενός έντονα ετερογενούς γεωγραφικού προτύπου ανάπτυξης.

Θετικές επιδόσεις καταγράφονται, κυρίως, σε περιοχές με ισχυρή τουριστική ή αστική δραστηριότητα. Τα Ιόνια Νησιά (+3,5%), η Κρήτη (+2,9%) και η Αττική (+2,7%) εμφανίζουν τη μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, γεγονός που αποδίδεται στη συνδυασμένη επίδραση της τουριστικής ζήτησης, της συγκέντρωσης εμπορικών δραστηριοτήτων και της υψηλότερης καταναλωτικής δαπάνης. Οι εν λόγω περιφέρειες φαίνεται να διαθέτουν ισχυρότερη ικανότητα απορρόφησης των οικονομικών πιέσεων, μέσω της διαφοροποίησης των πηγών ζήτησης.

Αντιθέτως, αρνητικές μεταβολές καταγράφονται σε περιφέρειες με πιο περιορισμένη οικονομική δυναμική και μεγαλύτερη έκθεση σε διαρθρωτικές αδυναμίες. Το Νότιο Αιγαίο (-3,5%) και η Θεσσαλία (-3,4%) εμφανίζουν υποχώρηση της εμπορικής δραστηριότητας, με τη Θεσσαλία να εξακολουθεί να επηρεάζεται από συσσωρευμένα δομικά προβλήματα, τα οποία περιορίζουν τη βιωσιμότητα της τοπικής αγοράς και την καταναλωτική της βάση.

Συνολικά, η εικόνα υποδηλώνει την ενίσχυση των περιφερειακών ανισοτήτων, καθώς οι πιο ανεπτυγμένες (ή τουριστικές) περιοχές επιδεικνύουν μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, ενώ οι λιγότερο διαφοροποιημένες οικονομίες εμφανίζουν αυξημένη ευαισθησία σε αρνητικούς (εξωτερικούς) οικονομικούς κλυδωνισμούς.

Διάγραμμα 7.11 Μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών ΜμΕ εκτός οχημάτων, τροφίμων και καυσίμων, χωρίς τον αντίκτυπο του πληθωρισμού



8. Η πορεία της αγοράς κατά το Γ' τρίμηνο και το Α' εννέαμηνο του 2025

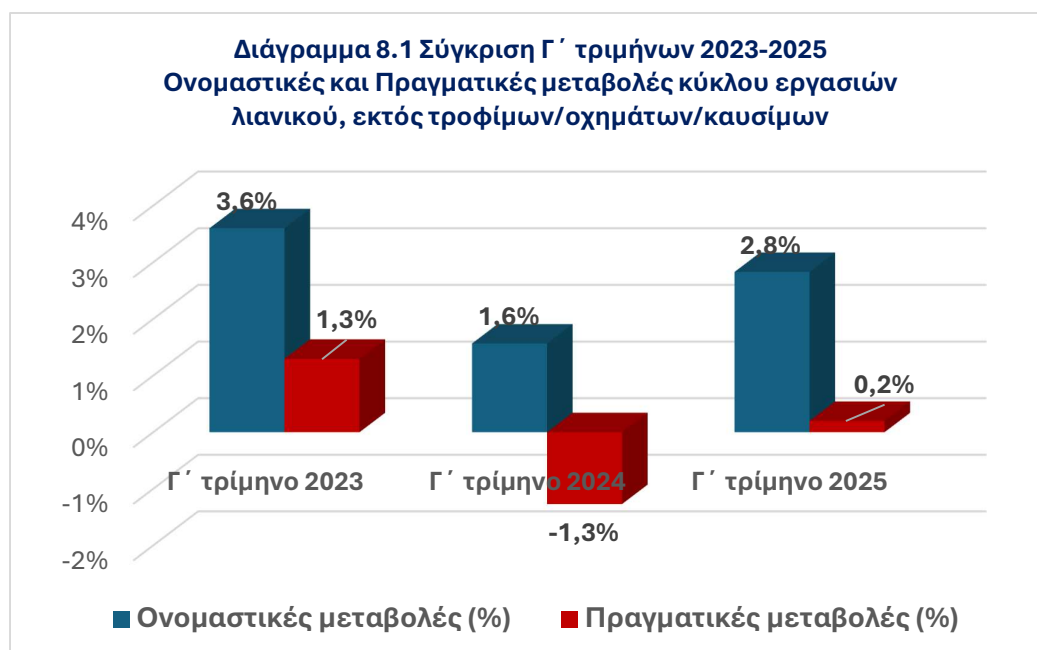
8.1 Η ψευδαίσθηση της ανάπτυξης: στασιμότητα σε πραγματικές τιμές.

Η οικονομική δραστηριότητα, στο λιανικό εμπόριο, εξαιρουμένων των κατηγοριών τροφίμων, καυσίμων και οχημάτων, κατά το Γ' τρίμηνο του 2025, αποτυπώνει ένα περιβάλλον στασιμότητας, παρά τη φαινομενικά θετική εικόνα των ονομαστικών μεγεθών.

Ειδικότερα, ο συνολικός κύκλος εργασιών κατέγραψε αύξηση της τάξεως του +2,8%, σε ετήσια βάση. Ωστόσο, η εν λόγω μεταβολή περιορίζεται σε επίπεδο ονομαστικών τιμών και δεν αντανακλά αντίστοιχη ενίσχυση της πραγματικής καταναλωτικής δαπάνης, καθώς επηρεάζεται καθοριστικά από τις πληθωριστικές πιέσεις της περιόδου.

Μετά την προσαρμογή ως προς τον πληθωρισμό, η πραγματική μεταβολή του κύκλου εργασιών περιορίζεται σε μόλις +0,2%, επίπεδο το οποίο υποδηλώνει ουσιαστική ακινησία του όγκου πωλήσεων. Συνεπώς, η παρατηρούμενη αύξηση των εσόδων δεν οφείλεται σε διεύρυνση της ζήτησης (ή σε αύξηση της κατανάλωσης), αλλά, κυρίως, στη μεταβολή του γενικού επιπέδου τιμών.

Συνολικά, τα δεδομένα του Γ' τριμήνου υποδεικνύουν ένα καθεστώς χαμηλής πραγματικής δυναμικής, όπου η ονομαστική ανάπτυξη συγκαλύπτει την υποκείμενη στασιμότητα της αγοράς σε όρους όγκου συναλλαγών.



8.2 Δομικές ανισότητες μεταξύ μεγάλων και ΜμΕ: εμπειρική ανάλυση της επίδοσης

Η ανάλυση των διαθέσιμων δεδομένων υποδεικνύει μια σαφή ασυμμετρία της αναπτυξιακής πορείας της αγοράς, με εμφανή συγκέντρωση οφελών στις μεγάλες επιχειρήσεις, έναντι των ΜμΕ, οι οποίες αντιμετωπίζουν πιέσεις βιωσιμότητας.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις καταγράφουν ισχυρή θετική μεταβολή στον πραγματικό κύκλο εργασιών, με αύξηση της τάξεως του +4,6%, γεγονός που καταδεικνύει ενισχυμένη ικανότητα προσαρμογής στις συνθήκες της αγοράς και αξιοποίησης των οικονομιών κλίμακας.

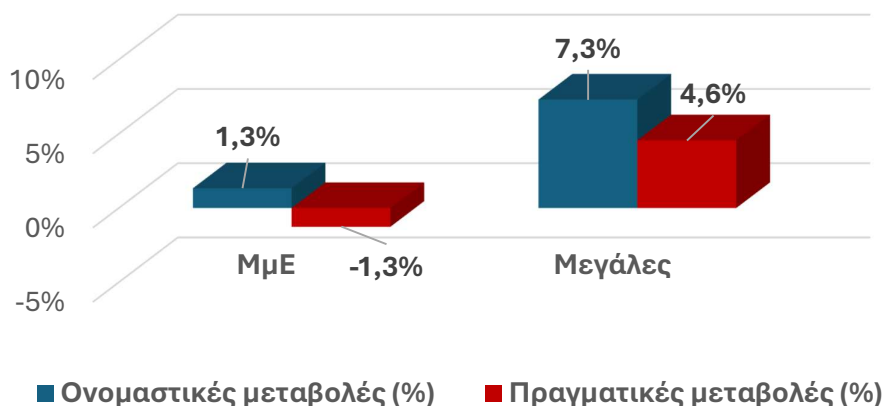
Αντιθέτως, οι επιδόσεις των ΜμΕ καταγράφουν αρνητική πραγματική μεταβολή, με μείωση πωλήσεων κατά -1,3%, καθιστώντας φανερές τις διαρθρωτικές πιέσεις, οι οποίες περιορίζουν τη δυνατότητα ανάπτυξής τους.

Σε επιμέρους ανάλυση, οι ΠμΕ εμφανίζουν τη μεγαλύτερη κάμψη, με μείωση του πραγματικού τζίρου κατά 2,0%, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις καταγράφουν, επίσης, αρνητική μεταβολή της τάξεως του 1,6%. Τα αποτελέσματα αυτά δείχνουν την αυξημένη ευαλωτότητα των χαμηλότερων κλιμάκων επιχειρηματικού μεγέθους στις μακροοικονομικές και ανταγωνιστικές πιέσεις.

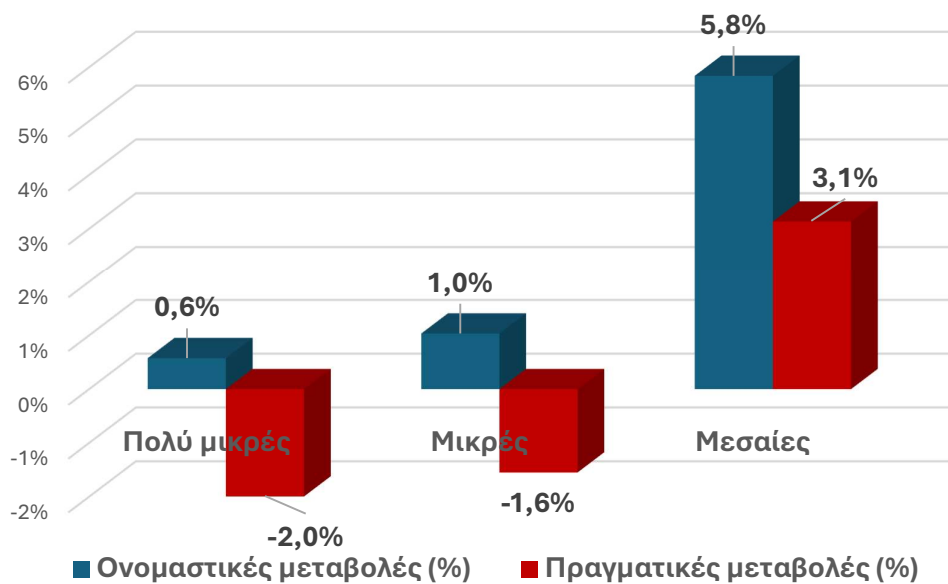
Εξαίρεση, στον ευρύτερο τομέα των ΜμΕ, αποτελούν οι μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες καταγράφουν θετική πραγματική επίδοση, της τάξης του 3,1%, γεγονός που αντανακλά, ενδεχομένως, βελτιωμένη οργανωτική επάρκεια και μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, σε σχέση με τις μικρότερες μονάδες.

Συνολικά, τα ευρήματα υποδεικνύουν την ύπαρξη δομικών ανισοτήτων στην κατανομή της μεγέθυνσης του κύκλου εργασιών, με ενισχυμένη συγκέντρωση της δυναμικής στις μεγάλες επιχειρήσεις.

**Διάγραμμα 8.2 Σύγκριση ΜμΕ - Μεγάλων Επιχειρήσεων
Γ' τρίμηνο 2025-2024**
Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές του κύκλου εργασιών,
εκτός τροφίμων/οχημάτων/καυσίμων



Διάγραμμα 8.3 Σύγκριση ΜμΕ, ανά μέγεθος-Γ' τρίμ. 2025
Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές του κύκλου εργασιών,
εκτός τροφίμων/οχημάτων/καυσίμων, ανά μέγεθος επιχείρησης



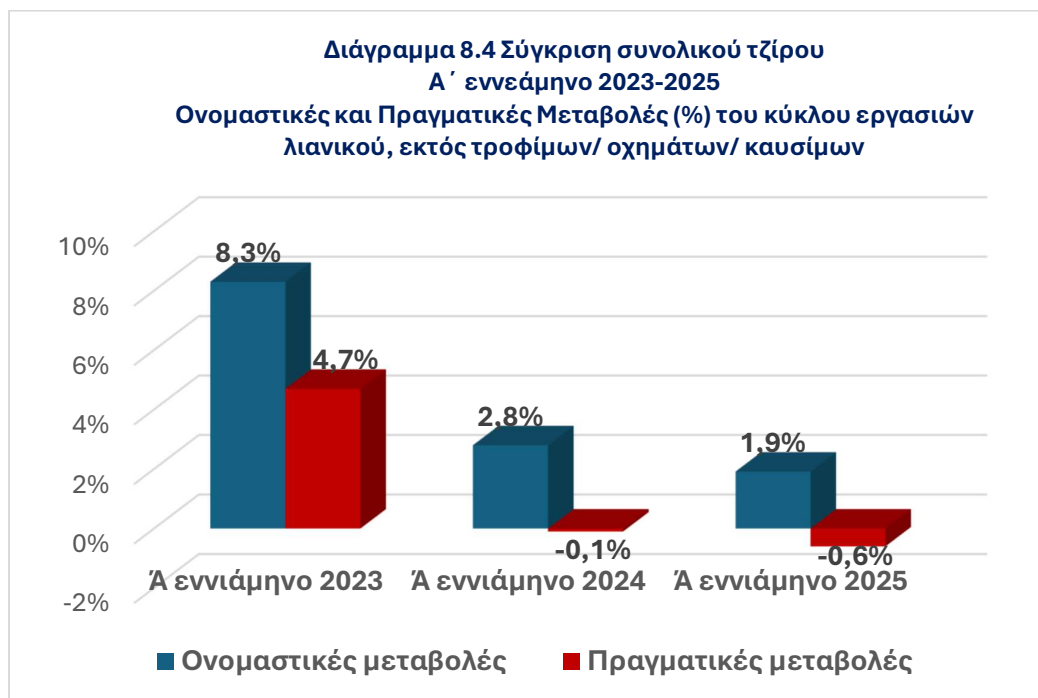
8.3 Απολογισμός εννεαμήνου: μια τριετής καθοδική πορεία

Η συνολική αποτίμηση του πρώτου εννεαμήνου του 2025 αποτυπώνει μια επιδείνωση των θεμελιωδών μεγεθών του λιανικού εμπορίου, με τον πραγματικό κύκλο εργασιών να καταγράφει συρρίκνωση της τάξεως του -0,6%. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι η αγορά δεν βρίσκεται απλώς σε φάση επιβράδυνσης, αλλά σε συνθήκες υποχώρησης της πραγματικής οικονομικής δραστηριότητας.

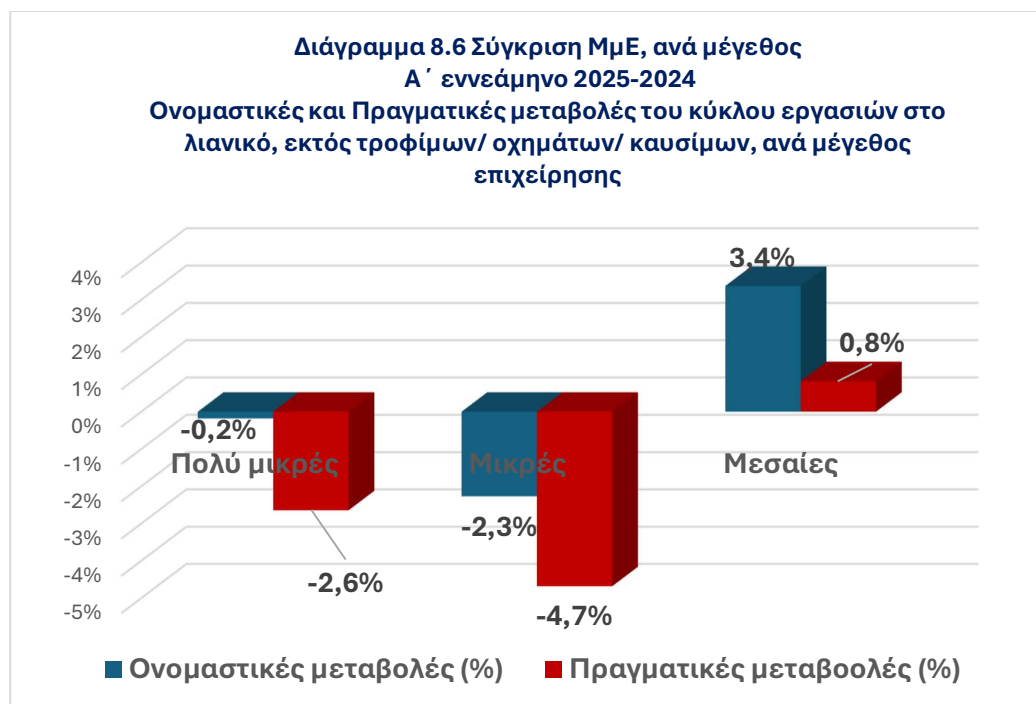
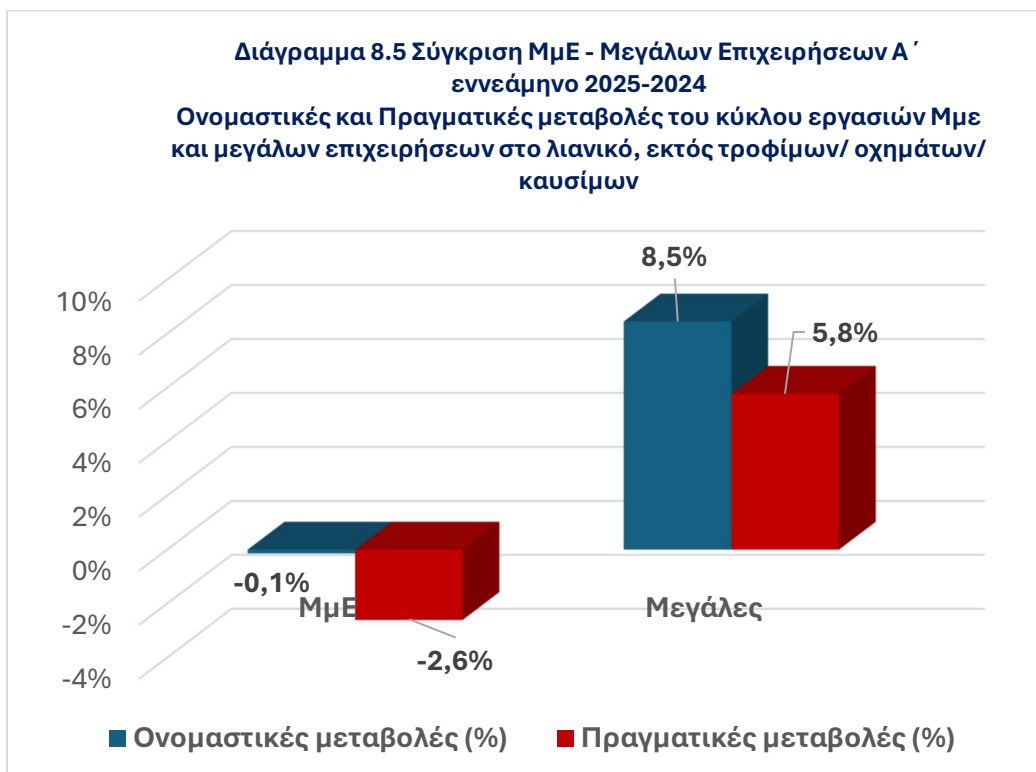
Αυτή η διαπιστούμενη τάση δεν αποτελεί μεμονωμένο φαινόμενο, αλλά εντάσσεται σε μια ευρύτερη τριετή πορεία σταδιακής αποδυνάμωσης της δυναμικής του κλάδου, με τον ρυθμό μεταβολής να εμφανίζει επιταχυνόμενη αρνητική κατεύθυνση. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει διαρθρωτική κόπωση της καταναλωτικής βάσης, η οποία δεν αντισταθμίζεται από ονομαστικές αυξήσεις τιμών ή από επιμέρους κλαδικές επιδόσεις.

Παράλληλα, η συνολική αύξηση του κύκλου εργασιών, σε απόλυτους όρους, περιορίζεται στα 370,4 εκατ. Ευρώ, επίδοση που συνιστά τη χαμηλότερη καταγεγραμμένη μεταβολή από το 2020 έως σήμερα. Το στοιχείο αυτό ενισχύει την εικόνα μιας αγοράς με περιορισμένη αναπτυξιακή δυναμική, όπου η οριακή ονομαστική μεγέθυνση δεν μεταφράζεται σε ουσιαστική οικονομική διεύρυνση.

Συνολικά, τα δεδομένα του εννεαμήνου αναδεικνύουν μια παρατεταμένη περίοδο επιδείνωσης της πραγματικής δραστηριότητας, με το λιανικό εμπόριο να εμφανίζει αυξανόμενη αδυναμία παραγωγής καθαρής ανάπτυξης, σε όρους όγκου και πραγματικής κατανάλωσης.



Σε επίπεδο εννεαμήνου, η ψαλίδα μοιάζει να ανοίγει επικίνδυνα: οι μεγάλες επιχειρήσεις ενισχύθηκαν κατά 5,8%, σε πραγματικούς όρους, ενώ οι ΜμΕ παρουσίασαν πτώση των πωλήσεών τους κατά -2,6%.



8.4 Κλαδικές μεταβολές και η «αποσύνδεση» από τον τουρισμό

Ένα από τα πλέον ανησυχητικά ευρήματα της περιόδου αφορά τη χαμηλή διάχυση των θετικών επιπτώσεων της αύξησης των τουριστικών εισπράξεων προς τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου. Παρά την ισχυρή άνοδο των ταξιδιωτικών εσόδων (+7,7%, στο Γ' τρίμηνο, και +9,0% στο εννεάμηνο), η ενίσχυση αυτή δεν μετουσιώθηκε σε αντίστοιχη βελτίωση της εγχώριας καταναλωτικής δαπάνης, υποδηλώνοντας περιορισμένη σύνδεση μεταξύ τουριστικής δραστηριότητας και εμπορικών επιχειρήσεων⁴.

Παράλληλα, παρατηρείται έντονη μετατόπιση της καταναλωτικής συμπεριφοράς προς επιλογές χαμηλότερου κόστους, με χαρακτηριστικό παράδειγμα την αύξηση της ζήτησης για μεταχειρισμένα είδη, η οποία και προσεγγίζει το +36,3%. Η εξέλιξη αυτή αντανακλά συνθήκες εισοδηματικής πίεσης και αναγκαστικής προσαρμογής των νοικοκυριών σε πιο οικονομικές μορφές κατανάλωσης.

Σε επίπεδο κλαδικών επιδόσεων, ορισμένες κατηγορίες εμφανίζουν ανθεκτικότητα και θετική δυναμική. Ο αθλητικός εξοπλισμός καταγράφει αύξηση +8,5%, τα παιχνίδια, επίσης, +8,5%, ενώ τα καλλυντικά ενισχύονται κατά +7,2%. Οι συγκεκριμένες επιδόσεις υποδηλώνουν διατήρηση της επιλεκτικής κατανάλωσης σε τομείς αναψυχής, ευεξίας και προσωπικής φροντίδας.

Αντιθέτως, σημαντικές πιέσεις καταγράφονται σε κλάδους διαρκών-τεχνολογικών αγαθών. Ο τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός υποχωρεί κατά -12,2%, ενώ τα υποδήματα καταγράφουν μείωση -4,4%, εξέλιξη που συνδέεται με την παρατεταμένη συμπίεση, την οποία δέχονται συγκεκριμένες κατηγορίες του λιανικού εμπορίου.

Συνολικά, η εικόνα της αγοράς υποδεικνύει ότι η τουριστική ανάπτυξη δεν επαρκεί για να αντισταθμίσει την εγχώρια καταναλωτική πίεση, ενώ η δομική μετατόπιση προς φθηνότερα, υποκατάστατα, προϊόντα επιβεβαιώνει ένα περιβάλλον περιορισμένης αγοραστικής δύναμης και αυξημένης επιλεκτικότητας, όσον αφορά τη δαπάνη.

⁴ Οι δυσκολίες της διασύνδεσης του τουρισμού και του λιανικού εμπορίου αναπτύσσονται στο Π.Ε. 1.2.1 «Ετήσια έκθεση διασύνδεσης εμπορίου και τουρισμού 2025».

8.5 Περιφερειακές τάσεις

Η γεωγραφική κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας, στο λιανικό εμπόριο, επιβεβαιώνει τη διατήρηση έντονων περιφερειακών αποκλίσεων, αναδεικνύοντας ένα πρότυπο ανάπτυξης, το οποίο παραμένει ασύμμετρο και χωρικά συγκεντρωμένο.

Θετικότερες επιδόσεις καταγράφονται σε περιφέρειες με ισχυρή τουριστική και αστική οικονομική βάση. Τα Ιόνια Νησιά (+3,4%), η Αττική (+3,3%) και η Κρήτη (+2,4%) παρουσιάζουν την υψηλότερη αναπτυξιακή δυναμική, γεγονός που αποδίδεται στη συνδυασμένη επίδραση της τουριστικής ζήτησης, της συγκέντρωσης εμπορικών δραστηριοτήτων και της υψηλότερης καταναλωτικής πυκνότητας.

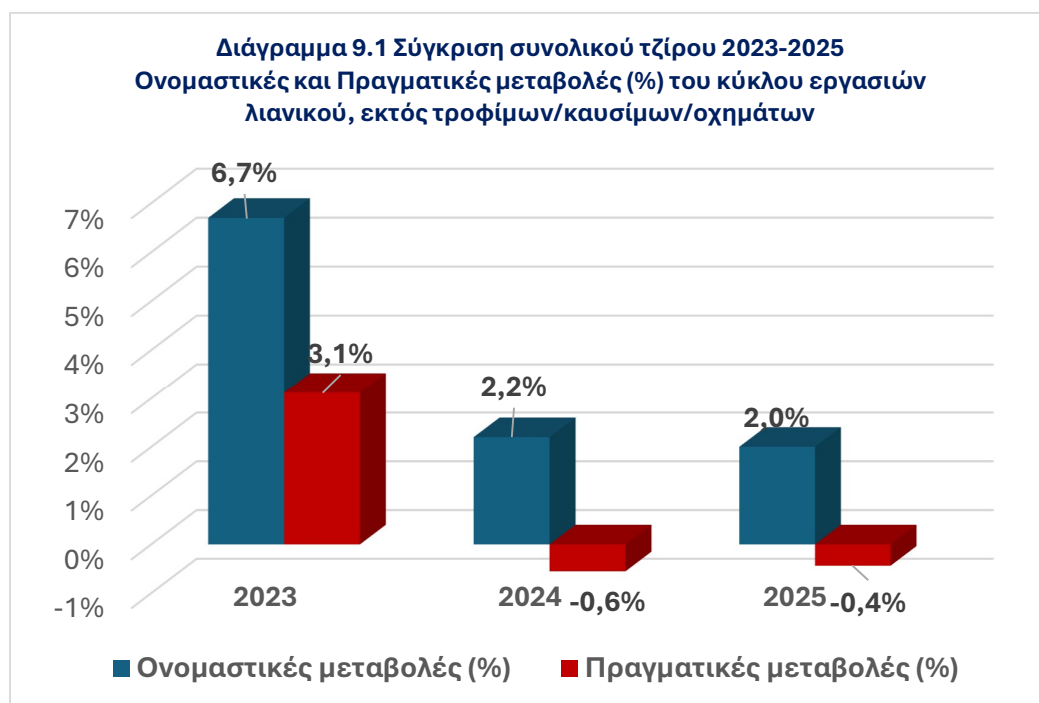
Αντιθέτως, αρνητικές μεταβολές καταγράφονται σε περιφέρειες με πιο περιορισμένη οικονομική διαφοροποίηση και χαμηλότερη ανθεκτικότητα στις διακυμάνσεις της ζήτησης. Το Νότιο Αιγαίο (-2,5%) και η Θεσσαλία (-2,2%) εμφανίζουν τις σημαντικότερες υποχωρήσεις, με τη Θεσσαλία να εξακολουθεί να αντανάκλα τις επιπτώσεις ενός ευρύτερου πλαισίου διαρθρωτικών αδυναμιών, οι οποίες επηρεάζουν την τοπική οικονομική δραστηριότητα.

Συνολικά, η εικόνα επιβεβαιώνει την ενίσχυση των χωρικών ανισοτήτων στην οικονομική ανάπτυξη, καθώς οι πιο δυναμικές και τουριστικά ενισχυμένες περιοχές εμφανίζουν σχετική ανθεκτικότητα, ενώ οι λιγότερο διαφοροποιημένες περιφέρειες παραμένουν πιο εκτεθειμένες σε πτωτικές πιέσεις και ασθενέστερη εγχώρια ζήτηση.

9. Τελική αποτίμηση του έτους 2025 και ανάλυση Δ' τριμήνου

9.1 Η συνολική εικόνα του 2025: ένα έτος πραγματικής συρρίκνωσης

Τα δεδομένα, αναφορικά με το τελευταίο τρίμηνο, επιβεβαιώνουν ότι το 2025 αποτέλεσε μια χρονιά δοκιμασίας για το λιανικό εμπόριο, καθώς ο πραγματικός κύκλος εργασιών (διορθωμένος ως προς τον πληθωρισμό) σημείωσε πτώση -0,4%. Η εξέλιξη αυτή είναι ιδιαίτερα ανησυχητική, δεδομένου ότι αποτελεί το δεύτερο συνεχόμενο έτος συρρίκνωσης. Παρά την ονομαστική αύξηση του τζίρου στα 27,33 δις. Ευρώ (από 26,79 δις., το 2024), η άνοδος αυτή χαρακτηρίζεται ως η χαμηλότερη από το 2020, επιβεβαιώνοντας τη στασιμότητα της αγοράς.



9.2 Ανισοκατανομή του κύκλου εργασιών μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων (ΜμΕ) επιχειρήσεων

Κατά το έτος 2025, διαπιστώνεται επιπλέον διεύρυνση της απόκλισης της απόδοσης μεταξύ του μικρού αριθμού των μεγάλων οικονομικών οντοτήτων και του πλήθους των ΜμΕ, γεγονός που υποδηλώνει εντεινόμενες δομικές ανισορροπίες στην κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας.

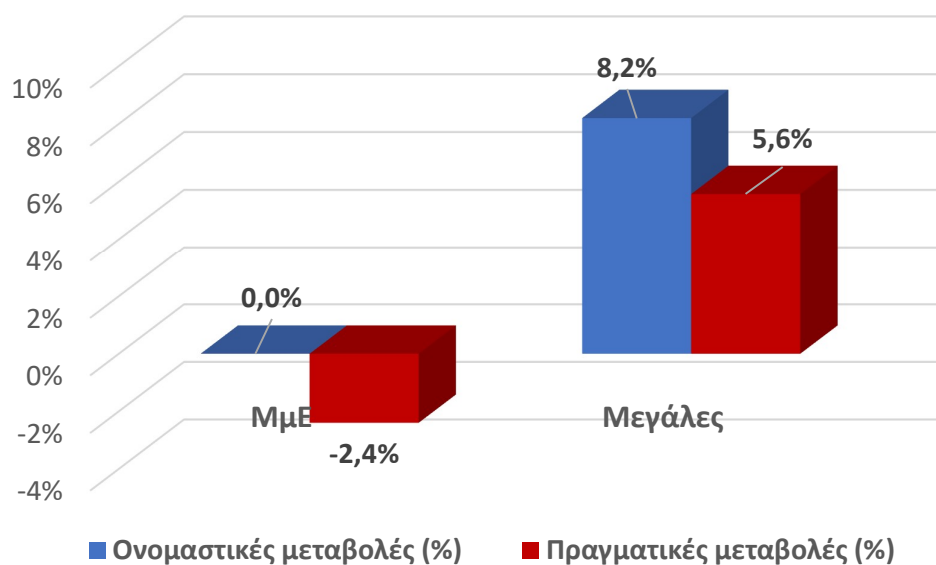
Οι μεγάλες επιχειρήσεις επιδεικνύουν υψηλή ανθεκτικότητα και δυναμική επέκταση, καταγράφοντας αύξηση των πραγματικών πωλήσεων της τάξεως του +5,6%. Η επίδοση αυτή αντανακλά ενισχυμένη ικανότητα προσαρμογής στις δυσμενείς συνθήκες του οικονομικού περιβάλλοντος, καθώς και αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων κλίμακας και οργανωτικής αποδοτικότητας.

Αντιθέτως, το σύνολο των ΜμΕ εμφανίζει σημαντική συρρίκνωση της οικονομικής δραστηριότητάς του, με αποπληθωρισμένη μείωση του κύκλου εργασιών κατά -2,4%. Είναι φανερό ότι η εξέλιξη αυτή εγείρει προβληματισμούς ως προς τη βιωσιμότητα μεγάλου αριθμού επιχειρηματικών μονάδων, ιδίως σε συνθήκες αυξημένου κόστους και έντονου ανταγωνισμού.

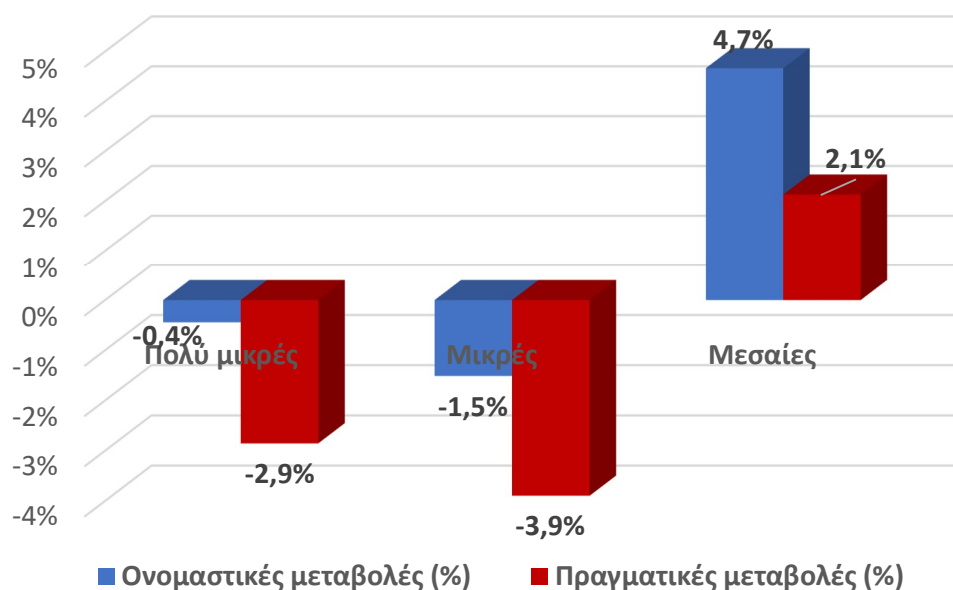
Ειδικότερα, εντός του οικοσυστήματος των εμπορικών ΜμΕ, οι μικρές επιχειρήσεις καταγράφουν τη μεγαλύτερη αρνητική μεταβολή, με πτώση -3,9%, ενώ οι πολύ μικρές παρουσιάζουν, επίσης, σημαντική συρρίκνωση, η οποία προσεγγίζει το -2,9%. Αντιθέτως, οι μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη μοναδική κατηγορία, εντός του οικοσυστήματος των ΜμΕ, που διατηρεί θετική δυναμική (2,1%).

Συνολικά, τα δεδομένα υποδεικνύουν μια εντεινόμενη συγκέντρωση του κύκλου εργασιών στις μεγάλες επιχειρήσεις, σε αντιδιαστολή με την αυξανόμενη πίεση, την οποίαν υφίστανται οι μικρότερες επιχειρηματικές μονάδες, ενισχύοντας το φαινόμενο της ανισοκατανομής του τζίρου, στην αγορά.

Διάγραμμα 9.2 Σύγκριση ΜμΕ - Μεγάλων 2024-2025 Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές του κύκλου εργασιών ΜμΕ και Μεγάλων επιχειρήσεων στο λιανικό, εκτός τροφίμων/καυσίμων/οχημάτων



Διάγραμμα 9.3 Σύγκριση ΜμΕ, ανά μέγεθος, 2024-2025 Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές (%) του κύκλου εργασιών στο λιανικό, εκτός τροφίμων/οχημάτων/καυσίμων



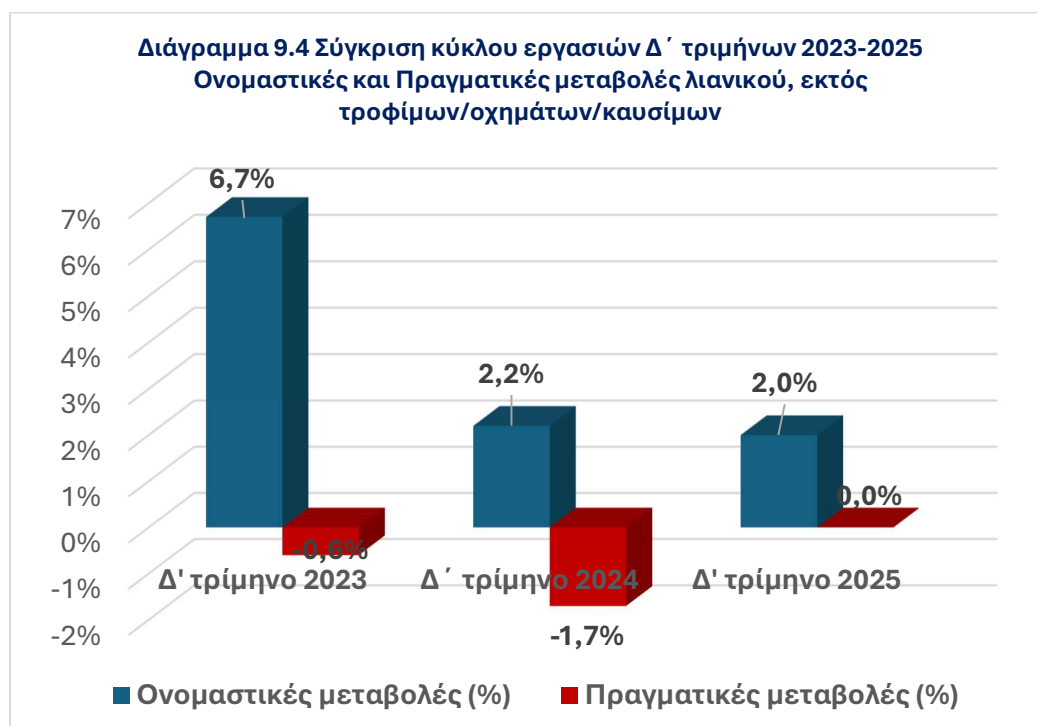
9.3 Ανάλυση Δ' τριμήνου 2025: Η «στάσιμη» εορταστική περίοδος

Ειδικότερα, οι επιδόσεις των επιχειρήσεων, κατά το τελευταίο τέταρτο του 2025, αναδεικνύουν τη σταδιακή συμπίεση των εμπορικών επιχειρήσεων. Παρά τις υψηλές προσδοκίες, οι οποίες συνοδεύουν, συνήθως, την εορταστική περίοδο και την εμπορική συγκυρία της «Black Friday», τα στοιχεία του Δ' τριμήνου 2025 υποδεικνύουν πλήρη στασιμότητα του συνολικού πραγματικού κύκλου εργασιών, ο οποίος παρέμεινε αμετάβλητος (0,0%). Το εύρημα αυτό υποδηλώνει εξασθένηση της δυναμικής της καταναλωτικής δαπάνης και περιορισμένη μετακύλιση της εποχικής ζήτησης σε συνολική οικονομική μεγέθυνση.

Σε επίπεδο επιμέρους κατηγοριών επιχειρήσεων, παρατηρείται εκ νέου ενίσχυση της απόκλισης μεταξύ μεγάλων επιχειρήσεων και ΜμΕ. Οι μεγάλες επιχειρήσεις κατέγραψαν θετική μεταβολή του πραγματικού κύκλου εργασιών κατά +5,1%, γεγονός που φανερώνει αυξημένη ανθεκτικότητα και ικανότητα αξιοποίησης των εποχικών εμπορικών ευκαιριών.

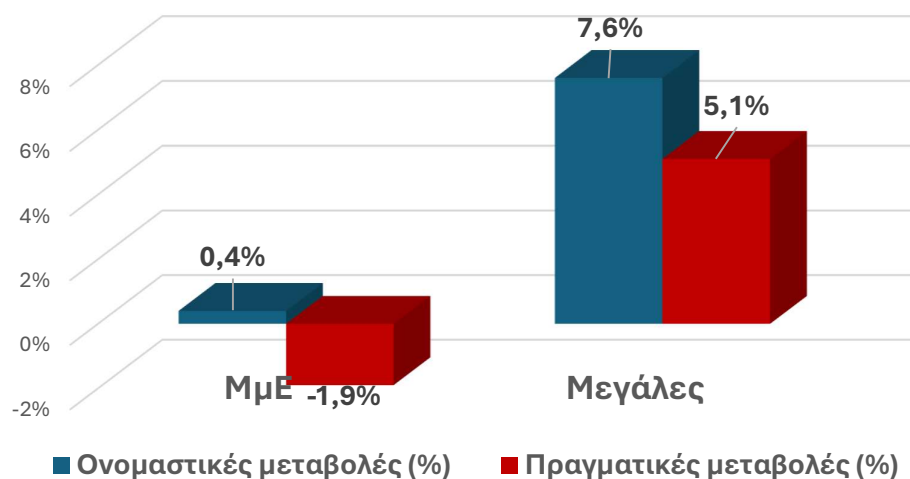
Αντιθέτως, οι ΜμΕ εμφάνισαν συνολική υποχώρηση της οικονομικής τους δραστηριότητας κατά -1,9%, επιβεβαιώνοντας τη συνεχιζόμενη πίεση που δέχονται σε περιβάλλον χαμηλής καταναλωτικής δαπάνης και έντονου ανταγωνισμού.

Συνολικά, τα δεδομένα του τριμήνου υποδεικνύουν ότι η εορταστική περίοδος δεν λειτούργησε ως μοχλός γενικευμένης ανάκαμψης, αλλά, αντίθετα, ανέδειξε και ενίσχυσε τις ήδη υπάρχουσες διαρθρωτικές ανισότητες στην κατανομή της οικονομικής δραστηριότητας υπέρ των μεγάλων επιχειρήσεων.

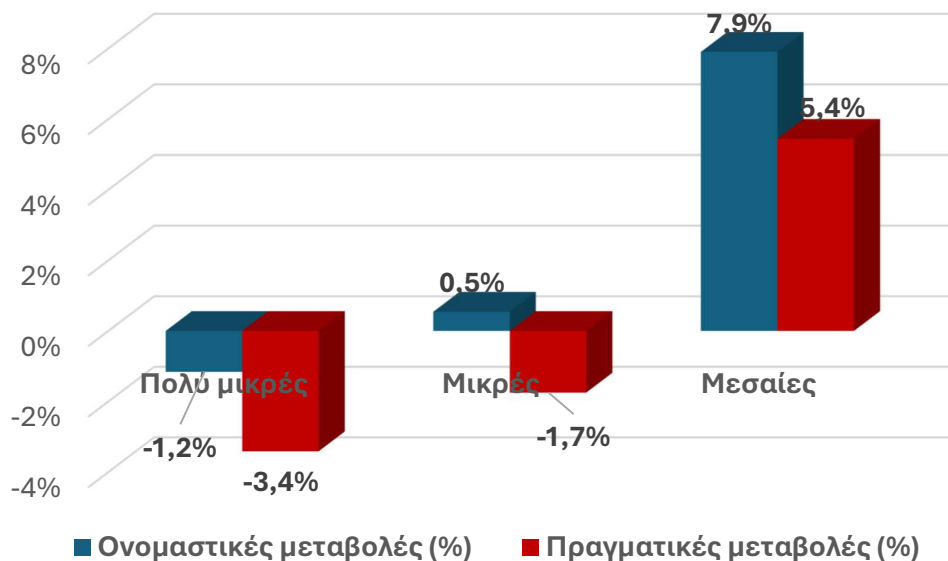


Διάγραμμα 9.5 Σύγκριση ΜμΕ -Μεγάλων επιχειρήσεων Δ' τρίμηνο 2025-2024

Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές του κύκλου εργασιών, εκτός τροφίμων/καυσίμων/οχημάτων



Διάγραμμα 9.6 Μεταβολή τζίρου στις ΜμΕ, ανά μέγεθος, Δ' τρίμηνο 2025, Ονομαστικές και Πραγματικές μεταβολές στο λιανικό, εκτός τροφίμων/καυσίμων/οχημάτων



9.4 Κλαδικές επιδόσεις: μετατόπιση από την επιλογή στην αναγκαιότητα

Η ανάλυση των κλαδικών μεγεθών, όσον αφορά το 2025, αναδεικνύει μια σαφή μεταβολή στη δομή της καταναλωτικής δαπάνης, με ενίσχυση των αγορών, οι οποίες συνδέονται με βασικές ή λειτουργικές ανάγκες, και ταυτόχρονη υποχώρηση των κλάδων διακριτικής κατανάλωσης. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται με ενδείξεις περιορισμένης αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών και ανακατανομής της δαπάνης προς οικονομικότερες λύσεις. Άλλωστε, η τάση αυτή αποτυπώνεται και στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ.

Ιδιαίτερα αξιοσημείωτη είναι η σημαντική αύξηση των πωλήσεων στην κατηγορία των μεταχειρισμένων ειδών, η οποία ανήλθε σε +31,7%. Η εξέλιξη αυτή αποτελεί ισχυρό τεκμήριο της ενίσχυσης της δευτερογενούς αγοράς και λειτουργεί ως δείκτης αυξημένης οικονομικής πίεσης, καθώς τα νοικοκυριά στρέφονται σε εναλλακτικές και χαμηλότερου κόστους επιλογές.

Σε επίπεδο θετικών μεταβολών, καταγράφεται ήπια, αλλά σταθερή, ενίσχυση σε συγκεκριμένους κλάδους, όπως ο αθλητικός εξοπλισμός (+5,7%), οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές (+5,2%) και τα παιχνίδια (+4,7%). Οι επιδόσεις αυτές υποδηλώνουν μια επιλεκτική κατανάλωση σε κατηγορίες που συνδέονται είτε με τεχνολογική αναβάθμιση είτε με αναψυχή και οικιακό εξοπλισμό.

Αντιθέτως, οι βασικοί κλάδοι του εμπορίου ένδυσης και υπόδησης καταγράφουν αρνητικές πραγματικές μεταβολές, με την ένδυση να υποχωρεί κατά -1,8% και την υπόδηση κατά -5,6%. Οι εξελίξεις αυτές καταδεικνύουν συρρίκνωση της ζήτησης σε παραδοσιακούς κλάδους λιανικής, οι οποίοι επηρεάζονται από τρεις διαφορετικές συνθήκες: (α) τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών (β) την ανακατανομή της καταναλωτικής δαπάνης προς τα βασικά αγαθά και (γ) την αυξημένη διεισδυτικότητα των ασιατικών πλατφορμών στην ελληνική αγορά.

Συνολικά, τα δεδομένα υποδεικνύουν μια μετατόπιση του καταναλωτικού προτύπου από την επιλογή προς την αναγκαιότητα, με σαφή ενίσχυση των κλάδων χαμηλότερου κόστους και περιορισμό της καταναλωτικής δαπάνης σε κατηγορίες μη βασικής κατανάλωσης.

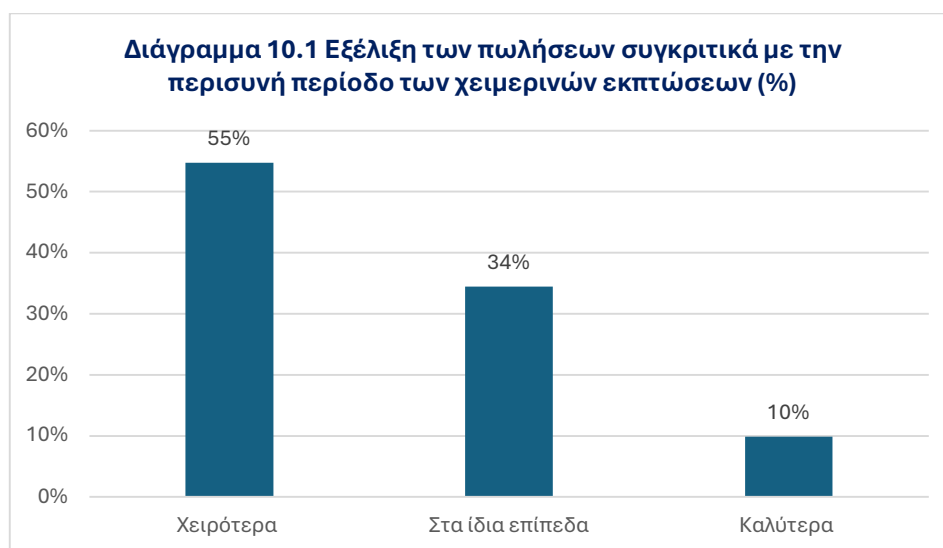
ΜΕΡΟΣ Γ΄

**Ανασκόπηση ερευνών που διεξήχθησαν σε συγκεκριμένες
περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας, κατά τη διάρκεια του
2025**

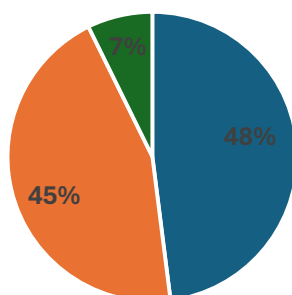
10. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων 2025

Η συνδυαστική παρουσίαση των αποτελεσμάτων της πανελλαδικής έρευνας του Ινστιτούτου της ΕΣΕΕ, σχετικά με την πορεία των χειμερινών εκπτώσεων του 2025, και των στοιχείων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών στο λιανικό εμπόριο, κατά το 2024, συνιστά μια ιδιαίτερα σημαντική αναλυτική προσέγγιση για την κατανόηση της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας, στον κλάδο. Η αξιοποίηση ενός εκτενούς δείγματος 900 σημείων πώλησης, σε συνδυασμό με τη συμμετοχή ερευνητικών ομάδων και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων, ενισχύει τη μεθοδολογική εγκυρότητα των ευρημάτων και επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων με υψηλό βαθμό αντιπροσωπευτικότητας.

Η αποτύπωση της εκπτωτικής περιόδου καταδεικνύει, με σαφήνεια, ότι η αγορά κινείται σε συνθήκες περιορισμένης ζήτησης και αυξημένης αβεβαιότητας. Η πλειονότητα των επιχειρήσεων κατέγραψε επιδείνωση των πωλήσεων, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, γεγονός που υποδηλώνει ότι οι εκπτώσεις δεν λειτούργησαν ως αποτελεσματικός μηχανισμός τόνωσης της καταναλωτικής δαπάνης. Η χαμηλή ικανοποίηση των επιχειρηματιών επιβεβαιώνει ότι οι προσδοκίες για ενίσχυση του κύκλου εργασιών δεν επαληθεύτηκαν, ενώ η περιορισμένη αύξηση των πωλήσεων σε ένα μικρό μόνο τμήμα των επιχειρήσεων δεν επαρκεί για να αντιστρέψει τη συνολική αρνητική εικόνα του οικοσυστήματος του λιανικού εμπορίου.



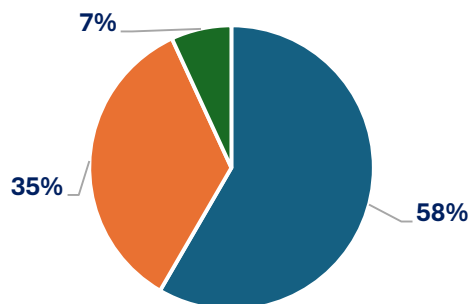
Διάγραμμα 10.2 Βαθμός ικανοποίησης από τις πωλήσεις, κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων (%)



■ Λίγο έως Καθόλου ■ Μέτρια ■ Πολύ έως Πάρα πολύ

Η συμπεριφορά των επιχειρήσεων, κατά την εκπτωτική περίοδο, αντανακλά την ένταση των πιέσεων που δέχονται. Η εκτεταμένη χρήση υψηλών ποσοστών εκπτώσεων και η διατήρηση των προσφορών, πέραν της επίσημης διάρκειας, συνιστούν ενδείξεις ενός περιβάλλοντος έντονου ανταγωνισμού, όπου η τιμή αποτελεί τον κυρίαρχο παράγοντα προσέλκυσης πελατών. Ωστόσο, η στρατηγική αυτή συνεπάγεται σημαντική συμπίεση των περιθωρίων κέρδους, δημιουργώντας, ειδικά για τις ΠμΕ, συνθήκες οικονομικής ασφυξίας.

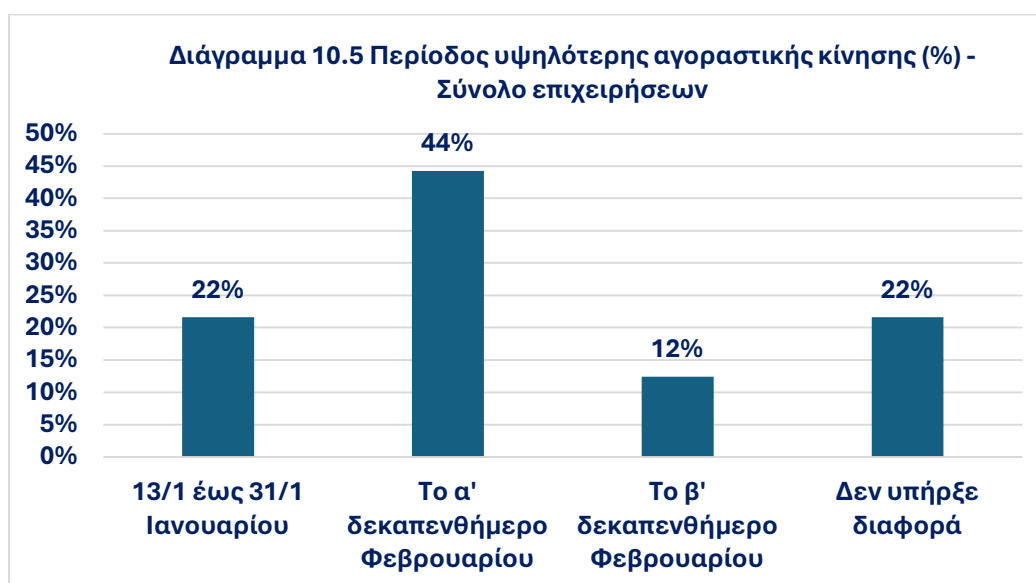
Διάγραμμα 10.3 Πρόθεση διατήρησης των εκπτώσεων και μετά το επίσημο πέρας αυτών (%)

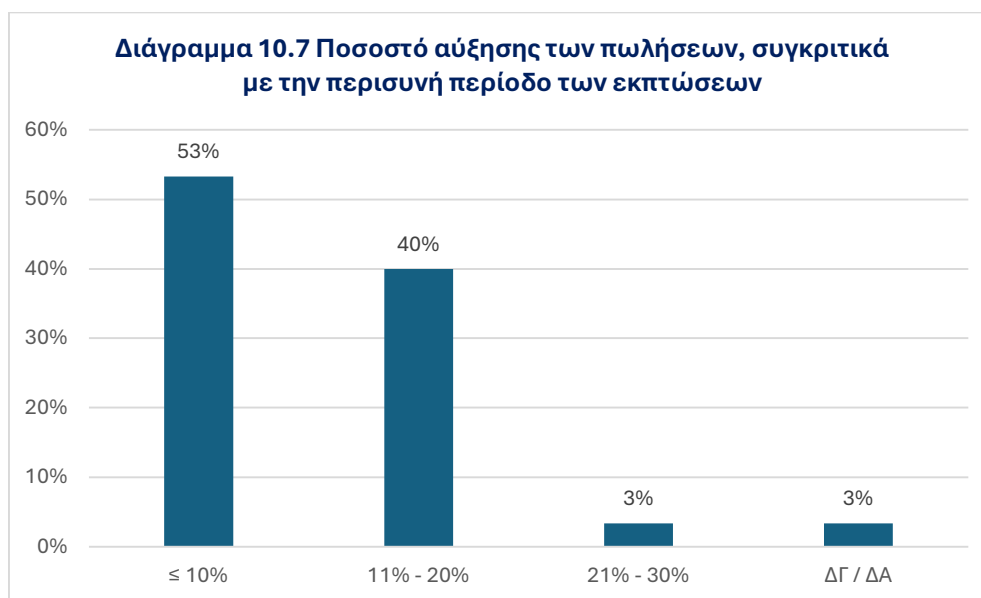


■ ΝΑΙ ■ ΌΧΙ ■ ΔΓ / ΔΑ



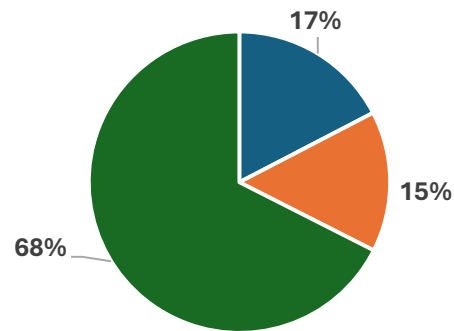
Παράλληλα, παρατηρείται μετατόπιση της καταναλωτικής δαπάνης εντός της εκπωτικής περιόδου, με την ενίσχυση της αγοραστικής κίνησης, κατά το πρώτο δεκαπενθήμερο του Φεβρουαρίου, να υποκαθιστά τον παραδοσιακά ισχυρό μήνα του Ιανουαρίου. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει αλλαγές στη χρονική διαχείριση των δαπανών των νοικοκυριών, πιθανώς λόγω περιορισμένης ρευστότητας στην αρχή του έτους ή προσδοκίας για μεγαλύτερες εκπτώσεις σε μεταγενέστερο στάδιο. Επιπλέον, το γεγονός ότι τόσο οι μειώσεις όσο και οι αυξήσεις των πωλήσεων περιορίζονται σε σχετικά χαμηλά ποσοστιαία επίπεδα επιβεβαιώνει την ύπαρξη μιας γενικευμένης κατάστασης στασιμότητας, όπου απουσιάζουν οι ισχυρές διακυμάνσεις, αλλά και οι ουσιαστικές προοπτικές ανάπτυξης.





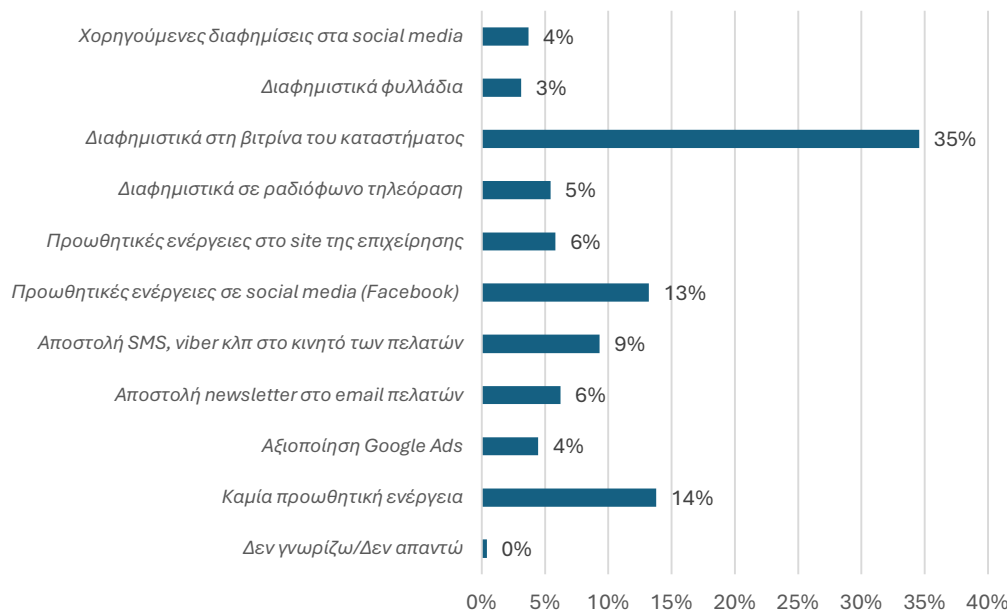
Σε επίπεδο επιχειρηματικού μοντέλου (business model), η κυριαρχία της φυσικής παρουσίας του καταστήματος, ως βασικού μέσου προβολής, σε συνδυασμό με την αυξανόμενη σημασία των ψηφιακών καναλιών, υποδηλώνει μια μεταβατική φάση προς ένα υβριδικό μοντέλο εμπορίου. Ωστόσο, η υποχώρηση των απομακρυσμένων πωλήσεων, κατά την εκπτωτική περίοδο, καταδεικνύει ότι η φυσική εμπειρία των αγορών εξακολουθεί να διατηρεί σημαντικό ρόλο, ιδιαίτερα σε περιόδους έντονης προωθητικής δραστηριότητας. Οι διαφοροποιήσεις που παρατηρούνται, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, αναδεικνύουν τον ρόλο της οργανωτικής επάρκειας και της ωριμότητας της ψηφιακής προσαρμογής.

**Διάγραμμα 10.8 Σύγκριση ύψους εκπτώσεων, συγκριτικά με την
περισινή περίοδο (%)**

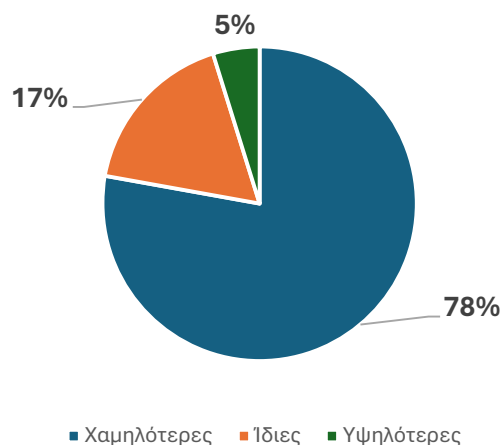


- Μεγαλύτερα ποσοστά εκπτώσεων σε σχέση με πέρυσι
- Μικρότερα ποσοστά εκπτώσεων σε σχέση με πέρυσι
- Στα ίδια ποσοστά

**Διάγραμμα 10.9 Ενέργειες προβολής και διαφήμισης, κατά τη
χειμερινή εκπτωτική περίοδο (%)**

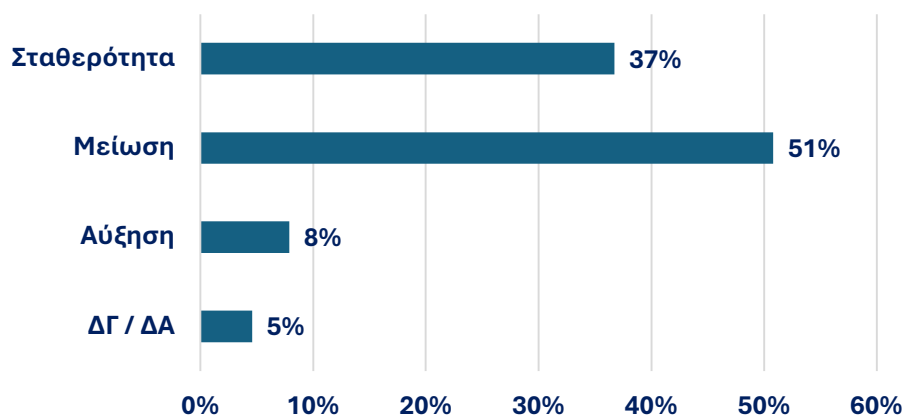


Διάγραμμα 10.10 Σύγκριση απομακρυσμένων πωλήσεων σε σχέση με τις πωλήσεις στα φυσικά καταστήματα (%)

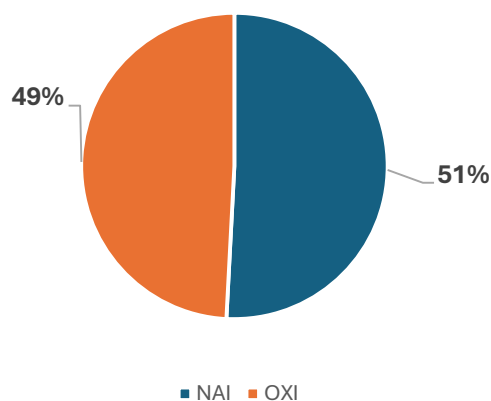


Οι απαντήσεις των εμπορικών επιχειρήσεων σε θεσμικά και λειτουργικά ζητήματα αναδεικνύουν κρίσιμες αδυναμίες του υπάρχοντος πλαισίου. Η επιθυμία σημαντικού ποσοστού επιχειρήσεων για μείωση της διάρκειας των εκπτώσεων υποδηλώνει ότι η παρατεταμένη εκπτωτική περίοδος ενδέχεται να έχει εξαντλήσει την αποτελεσματικότητά της, ως εργαλείο ενίσχυσης της ζήτησης. Παράλληλα, η περιορισμένη εξοικείωση με χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως οι μικροπιστώσεις, καταδεικνύει την ανάγκη ενίσχυσης της πληροφόρησης και της πρόσβασης σε πηγές ρευστότητας, ιδιαίτερα όσον αφορά τις μικρές επιχειρήσεις.

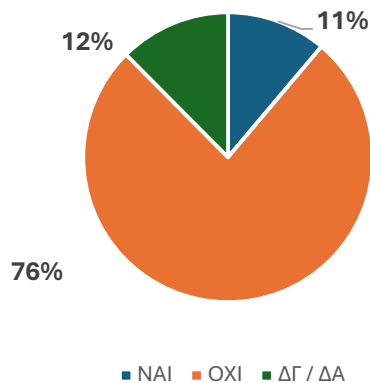
Διάγραμμα 10.11 Άποψη σχετικά με τη μεταβολή της περιόδου των θεσμοθετημένων εκπτώσεων (%)



Διάγραμμα 10.12 Ποσοστό επίγνωσης, σχετικά με τις μικροπιστώσεις και τα νέα χρηματοδοτικά εργαλεία



Διάγραμμα 10.13 Πρόθεση χρηματοδότησης μικροποστώσεων (%)



Σε γενικές γραμμές, όπως φάνηκε και στο δεύτερο μέρος της παρούσας έκθεσης, η εξέλιξη του κύκλου εργασιών, το 2024, αναδεικνύει τη συμπίεση, την οποία καλούνται να υπερβούν οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου. Η αύξηση του κύκλου εργασιών υπολείπεται σημαντικά του πληθωρισμού, με αποτέλεσμα τη μείωση της αγοραστικής αξίας των πωλήσεων. Η εξέλιξη αυτή υποδηλώνει ότι η αύξηση των εσόδων προκύπτει, κυρίως, από ανατιμήσεις, και όχι από αύξηση του όγκου των πωλήσεων. Ταυτόχρονα, η άνοδος του κόστους λειτουργίας, σε συνδυασμό με τις αυξημένες φορολογικές και ασφαλιστικές υποχρεώσεις, επιβαρύνει ακόμα περισσότερο τη χρηματοοικονομική θέση των επιχειρήσεων.

Η διαφοροποίηση μεταξύ επιχειρήσεων με διπλογραφικά και απλογραφικά βιβλία αποτυπώνει, με σαφήνεια, τις δομικές ανισότητες της αγοράς. Οι μεγαλύτερες

επιχειρήσεις εμφανίζουν σαφώς υψηλότερη ανθεκτικότητα και καταγράφουν σημαντική αύξηση του κύκλου εργασιών τους, αξιοποιώντας οικονομίες κλίμακας και καλύτερη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και τεχνολογία. Αντιθέτως, οι μικρότερες επιχειρήσεις καταγράφουν μείωση του τζίρου τους, γεγονός που επιβεβαιώνει την εντεινόμενη πίεση, την οποίαν υφίστανται, και ενισχύει την τάση συγκέντρωσης της αγοράς.

Σε κλαδικό επίπεδο, η ανάλυση αποκαλύπτει μια έντονη αναδιάρθρωση της καταναλωτικής δαπάνης. Κατηγορίες που σχετίζονται είτε με βασικές ανάγκες είτε με οικονομικότερες επιλογές παρουσιάζουν σημαντική αύξηση, γεγονός που αντανακλά τη στροφή των καταναλωτών προς πιο συγκρατημένα πρότυπα κατανάλωσης. Αντιθέτως, κλάδοι που συνδέονται με διαρκή αγαθά ή υψηλότερο κόστος κτήσης εμφανίζουν σημαντική υποχώρηση, γεγονός που υποδηλώνει αναβολή αγορών και περιορισμό της διακριτικής δαπάνης. Η διαφοροποίηση μεταξύ ένδυσης και υπόδησης αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτής της τάσης, καθώς η πρώτη εμφανίζει οριακή ενίσχυση και η δεύτερη σημαντική πτώση.

Σε περιφερειακό επίπεδο, η κατανομή της ανάπτυξης παραμένει άνιση, με ορισμένες περιοχές να εμφανίζουν μεγαλύτερη δυναμική και άλλες να καταγράφουν στασιμότητα ή υποχώρηση. Οι διαφοροποιήσεις αυτές σχετίζονται με παράγοντες, όπως η τουριστική δραστηριότητα, οι οικονομικές αποκλίσεις και η συγκέντρωση εμπορικών δραστηριοτήτων, επιβεβαιώνοντας την ύπαρξη έντονων χωρικών ανισοτήτων.

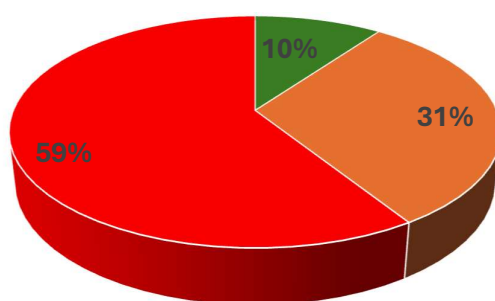
Συνολικά, η ανάλυση καταδεικνύει ότι το λιανικό εμπόριο βρίσκεται σε μια φάση μετάβασης, όπου κυριαρχούν η στασιμότητα, η ενίσχυση του ανταγωνισμού και η διεύρυνση των ανισοτήτων μεταξύ επιχειρήσεων και περιοχών. Η διαρκής ανάγκη για εκπτώσεις, η διάβρωση της αγοραστικής δύναμης και η άνιση κατανομή της ανάπτυξης συνθέτουν ένα περιβάλλον αυξημένου κινδύνου, μέσα στο οποίο η βιωσιμότητα, ιδιαίτερα των μικρότερων επιχειρήσεων, τίθεται υπό αμφισβήτηση.

11. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων 2025

Η συνολική εικόνα που προκύπτει από την πανελλαδική έρευνα της ΕΣΕΕ για την πορεία των θερινών εκπτώσεων του 2025 αναδεικνύει το ευρύτερο πλαίσιο της διαρκούς αποδυνάμωσης της καταναλωτικής δαπάνης, στο λιανικό εμπόριο. Τα ευρήματα δεν αποτελούν μεμονωμένη συγκυριακή απόκλιση, αλλά επιβεβαιώνουν τη διαμόρφωση μιας σταθερής τάσης χαμηλής ζήτησης, εντεινόμενων πιέσεων στο κόστος και αυξανόμενης ετερογένειας μεταξύ επιχειρηματικών μεγεθών, όπως αυτή αποτυπώθηκε συνολικά για το 2025 και παρουσιάστηκε στο πρώτο μέρος της παρούσας έκθεσης.

Σε επίπεδο συνολικής αποτίμησης, καταγράφεται σαφής υπερίσχυση των αρνητικών μεταβολών στις πωλήσεις, με την πλειονότητα των επιχειρήσεων να εμφανίζει υστέρηση έναντι της αντίστοιχης περιόδου του προηγούμενου έτους. Η περιορισμένη παρουσία θετικού προσήμου στις επιδόσεις, η οποία εντοπίζεται, κυρίως, σε μεγάλες επιχειρηματικές μονάδες, αναδεικνύει την κλιμακούμενη συγκέντρωση της αγοράς και τη διαφοροποίηση της ανθεκτικότητας, με βάση το μέγεθος και την κεφαλαιακή επάρκεια.

Διάγραμμα 11.1 Πώς κινήθηκαν οι πωλήσεις σας, κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων, σε σύγκριση με το 2024; (%)

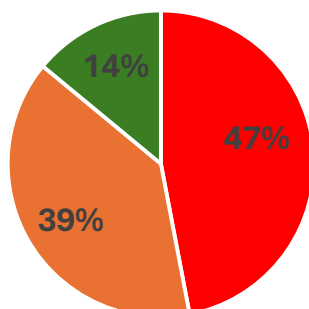


■ Καλύτερα από το 2024 ■ Στα ίδια επίπεδα ■ Χειρότερα από το 2024

Παράλληλα, η γενικευμένη χαμηλή ικανοποίηση των επιχειρήσεων από τα αποτελέσματα της εκπτωτικής περιόδου αντανακλά τη διαρθρωτική αδυναμία των

προσφορών να λειτουργήσουν ως αποτελεσματικός μηχανισμός τόνωσης της κατανάλωσης.

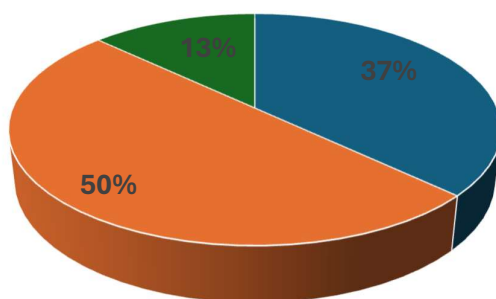
Διάγραμμα 11.2 Βαθμός ικανοποίησης από τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης, κατά την περίοδο των θερινών εκπτώσεων 2025 (%)



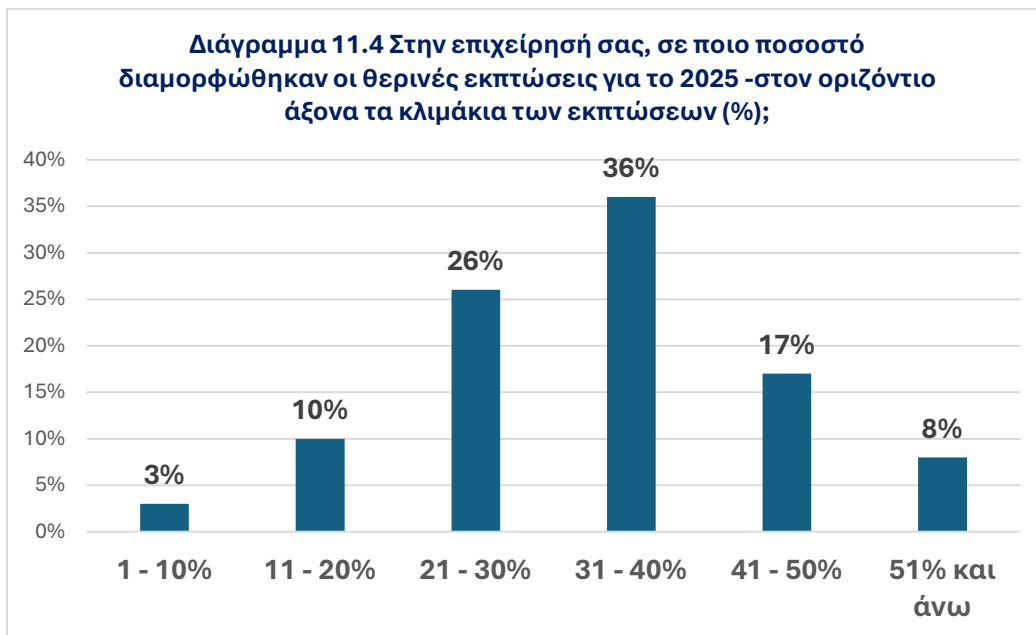
■ Λίγο έως Καθόλου ■ Μέτρια ■ Πολύ/Πάρα πολύ

Η διατήρηση υψηλών ποσοστών εκπτώσεων, συχνά άνω του 30%, υποδηλώνει ένα περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού τιμών, το οποίο δεν μεταφράζεται, ωστόσο, σε αντίστοιχη αύξηση του όγκου πωλήσεων, αλλά μάλλον σε επιπλέον συμπίεση των περιθωρίων κέρδους.

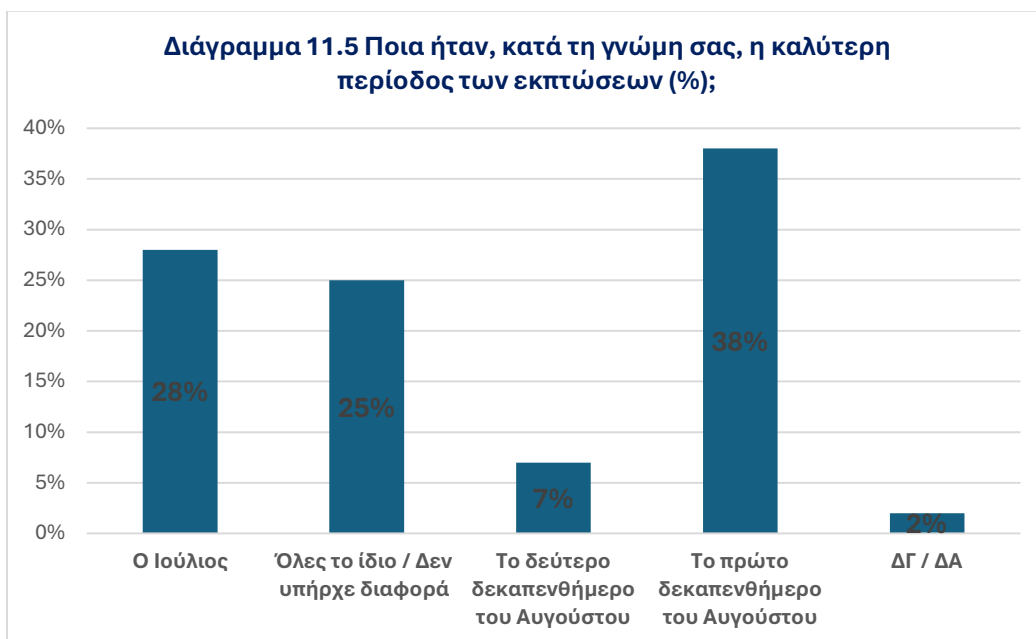
Διάγραμμα 11.3 Σκοπεύετε να διατηρήσετε τις προσφορές στο κατάστημά σας και μετά το πέρας των θερινών εκπτώσεων; (%)



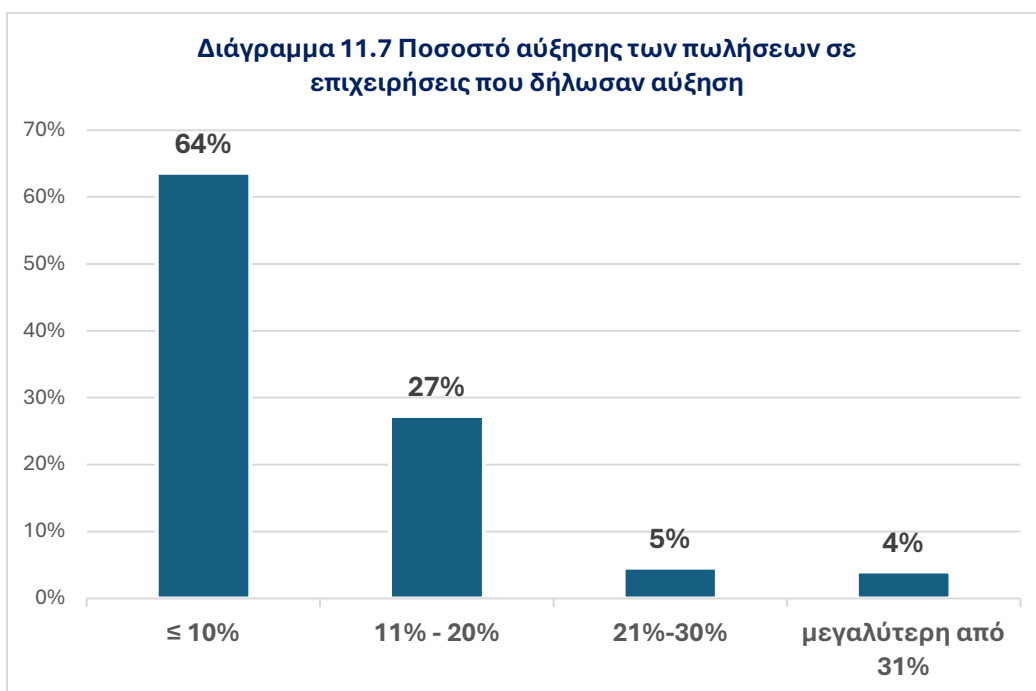
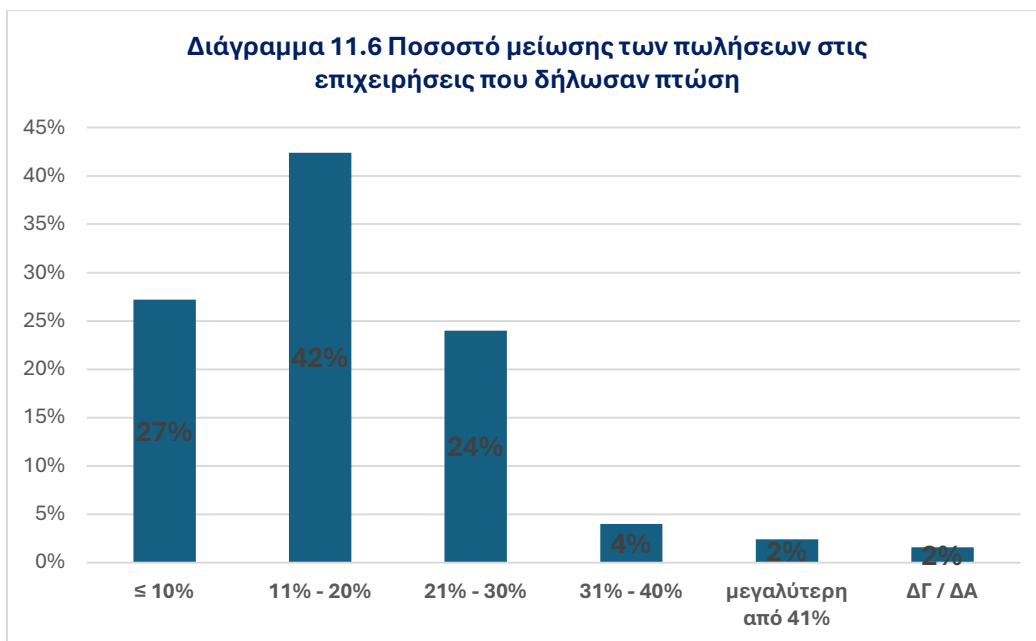
■ Ναι ■ Όχι ■ Δεν γνωρίζω/



Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η χρονική κατανομή της αγοραστικής δραστηριότητας, με την κορύφωση της κίνησης να μετατοπίζεται προς το πρώτο δεκαπενθήμερο του Αυγούστου. Το φαινόμενο αυτό συνδέεται με τη ρευστότητα των νοικοκυριών και τη χρονική συγκέντρωση εισοδηματικών ενισχύσεων, γεγονός που υποδηλώνει υψηλή εξάρτηση της κατανάλωσης από συγκυριακές ταμειακές ροές. Ωστόσο, ακόμα και σε αυτό το χρονικό σημείο αιχμής, η ένταση της ζήτησης παραμένει περιορισμένη, επιβεβαιώνοντας την αδυναμία ουσιαστικής ανάκαμψης.

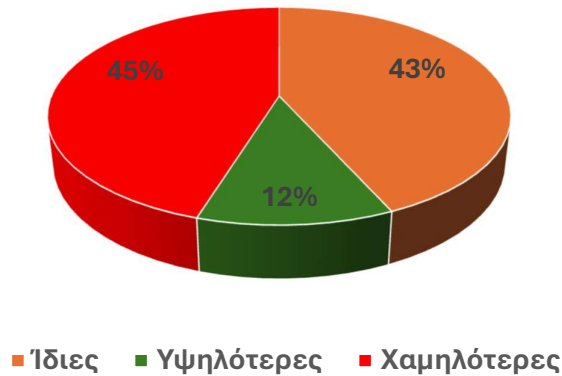


Η ανάλυση των μεταβολών στον κύκλο εργασιών καταδεικνύει ότι τόσο οι μειώσεις όσο και οι αυξήσεις κινούνται σε σχετικά στενά περιθώρια, γεγονός που υποδηλώνει, όπως και τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν πιο πάνω, έλλειψη αναπτυξιακής δυναμικής. Η εικόνα αυτή παραπέμπει σε ένα καθεστώς δομικής στασιμότητας, όπου η αγορά αναπαράγει χαμηλές επιδόσεις, χωρίς σαφή κατεύθυνση επιτάχυνσης.



Σε επίπεδο καναλιών διανομής, διαπιστώνεται μια μικτή εικόνα μεταξύ φυσικού και ηλεκτρονικού εμπορίου. Παρά την ενίσχυση των απομακρυσμένων πωλήσεων, το φυσικό κατάστημα εξακολουθεί να διατηρεί τον κυρίαρχο ρόλο του για σημαντικό τμήμα των εμπορικών επιχειρήσεων, γεγονός που υποδηλώνει ότι η ψηφιακή μετάβαση παραμένει ανολοκλήρωτη. Η διαφοροποίηση αυτή αναδεικνύει την ανάγκη μεγαλύτερης ενίσχυσης της ψηφιακής ωριμότητας, ιδίως όσον αφορά τις μικρότερες επιχειρήσεις, οι οποίες υστερούν σε τεχνολογικές υποδομές και χρηματοοικονομικούς πόρους.

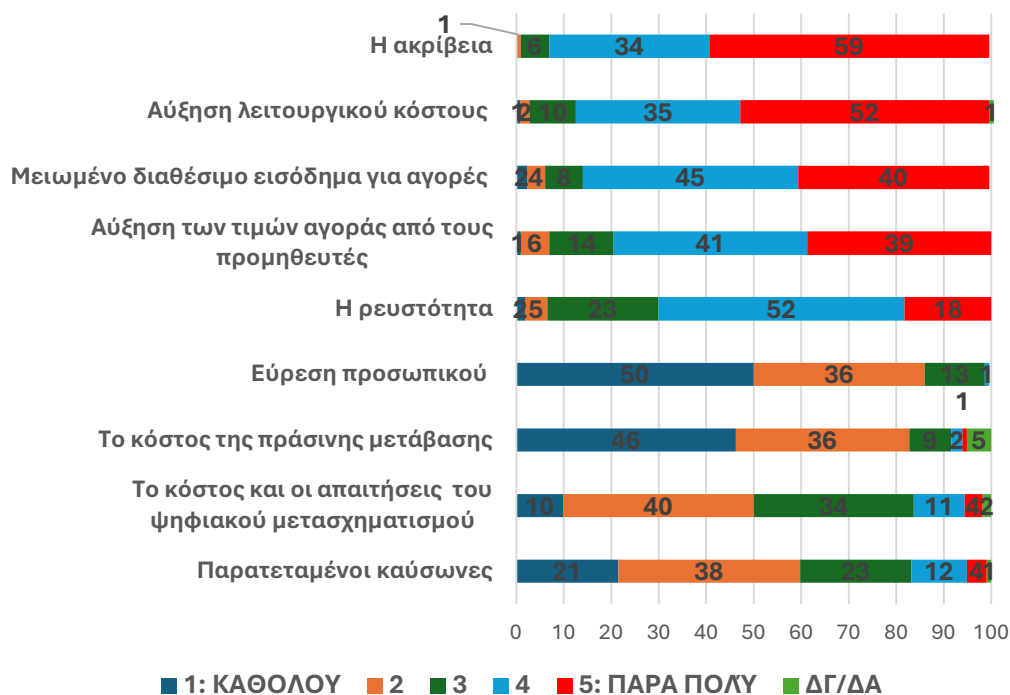
Διάγραμμα 11.8 Οι ηλεκτρονικές πωλήσεις της επιχείρησης ήταν χαμηλότερες ή υψηλότερες, σε σχέση με τις πωλήσεις του φυσικού καταστήματος;



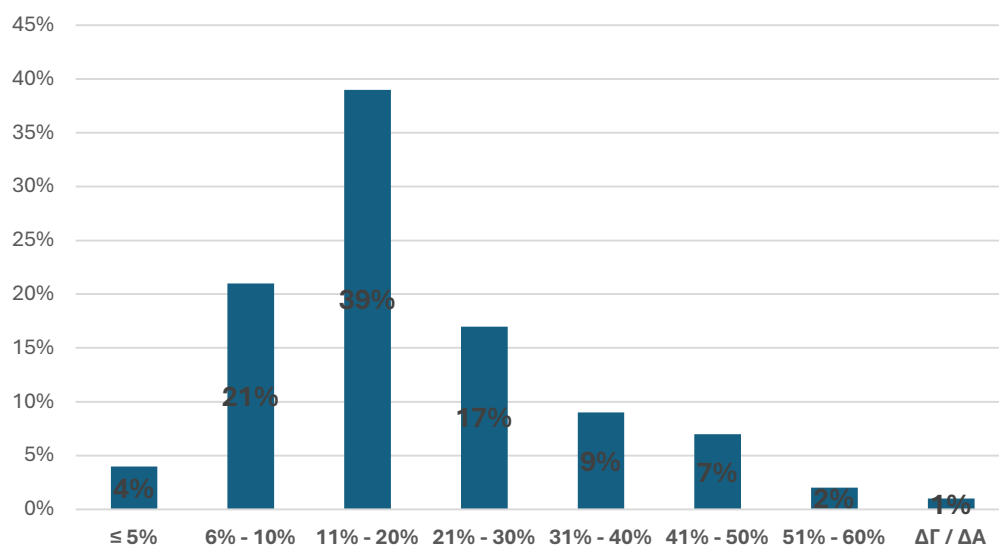
Κρίσιμη διάσταση της ανάλυσης αποτελεί η αποτύπωση των λειτουργικών συνθηκών των επιχειρήσεων. Η αύξηση του λειτουργικού κόστους, η άνοδος των τιμών εκ μέρους των προμηθευτών και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών συνθέτουν ένα περιβάλλον πολλαπλών πιέσεων, από την πλευρά τόσο της προσφοράς όσο και της ζήτησης. Ειδικότερα, η σημαντική διόγκωση των εξόδων λειτουργίας, η οποία αφορά την πλειονότητα των επιχειρήσεων, επιβεβαιώνει την ύπαρξη δομικών πληθωριστικών επιβαρύνσεων, οι οποίες δεν αντισταθμίζονται από αντίστοιχη αύξηση των εσόδων.

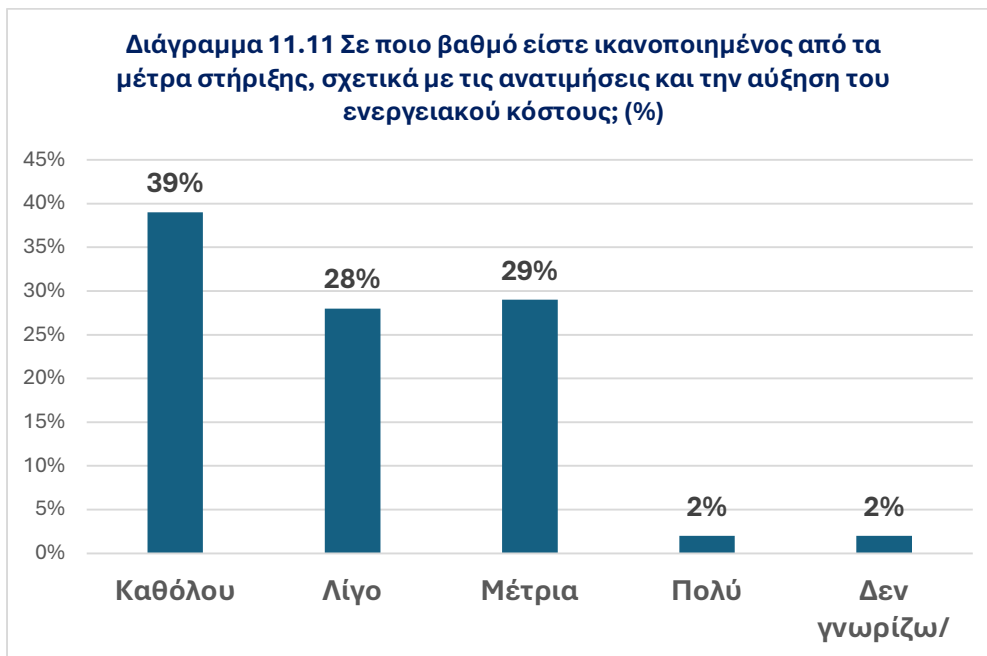
Σε αυτό το πλαίσιο, η περιορισμένη αποτελεσματικότητα των μέτρων στήριξης υποδηλώνει ένα έλλειμμα αισθητής και πραγματικής ανακούφισης για τις επιχειρήσεις, ιδίως σε σχέση με το ενεργειακό και λειτουργικό κόστος. Η αδυναμία αυτή ενισχύει την αίσθηση διαρκούς πίεσης και μειωμένης προσαρμοστικότητας του θεσμικού πλαισίου στις πραγματικές ανάγκες της αγοράς.

Διάγραμμα 11.9 Σε μια κλίμακα από 1 έως 5, όπου 1 είναι το καθόλου και 5 το πάρα πολύ, σε ποιό βαθμό επηρεάζουν ΑΡΝΗΤΙΚΑ την επιχειρήσή σας τα παρακάτω θέματα (%)



Διάγραμμα 11.10 Σε ποιο ποσοστό έχει αυξηθεί το λειτουργικό κόστος της επιχειρήσής σας, εντός του 2025; (%)





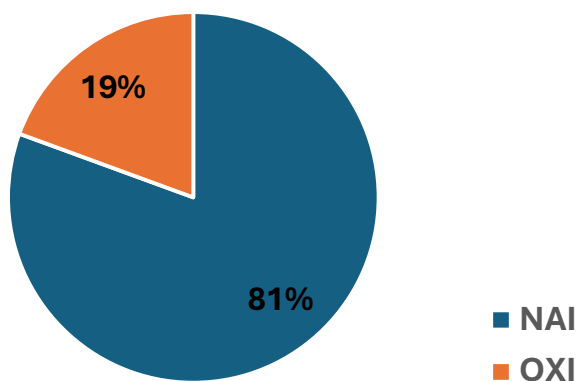
Συνολικά, η ανάλυση των θερινών εκπτώσεων 2025 επιβεβαιώνει τη μετάβαση του κλάδου του λιανικού εμπορίου σε ένα καθεστώς χαμηλής ανάπτυξης, αυξημένης κόπωσης της ζήτησης και εντεινόμενων διαρθρωτικών ανισοτήτων. Η εικόνα που διαμορφώνεται είναι αυτή μιας αγοράς, όπου η επιβίωση υπερισχύει του αναγκαίου μετασχηματισμού, ενώ η προσαρμοστικότητα των εμπορικών επιχειρήσεων εξαρτάται, ολοένα και περισσότερο, από το μέγεθος, τη ρευστότητα και την ικανότητα διαχείρισης του κόστους.

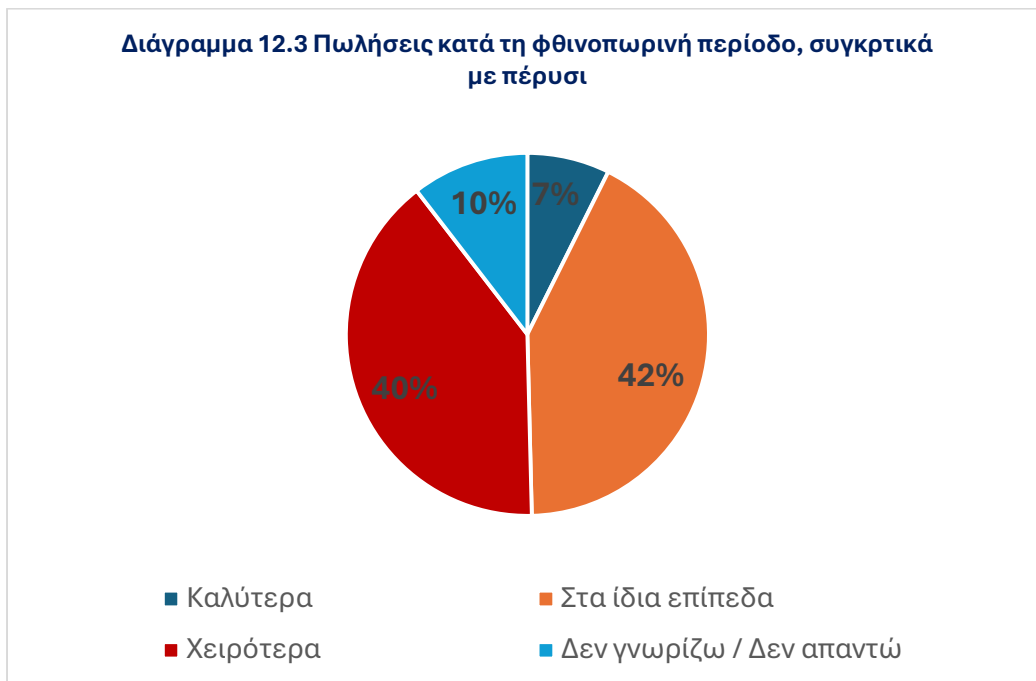
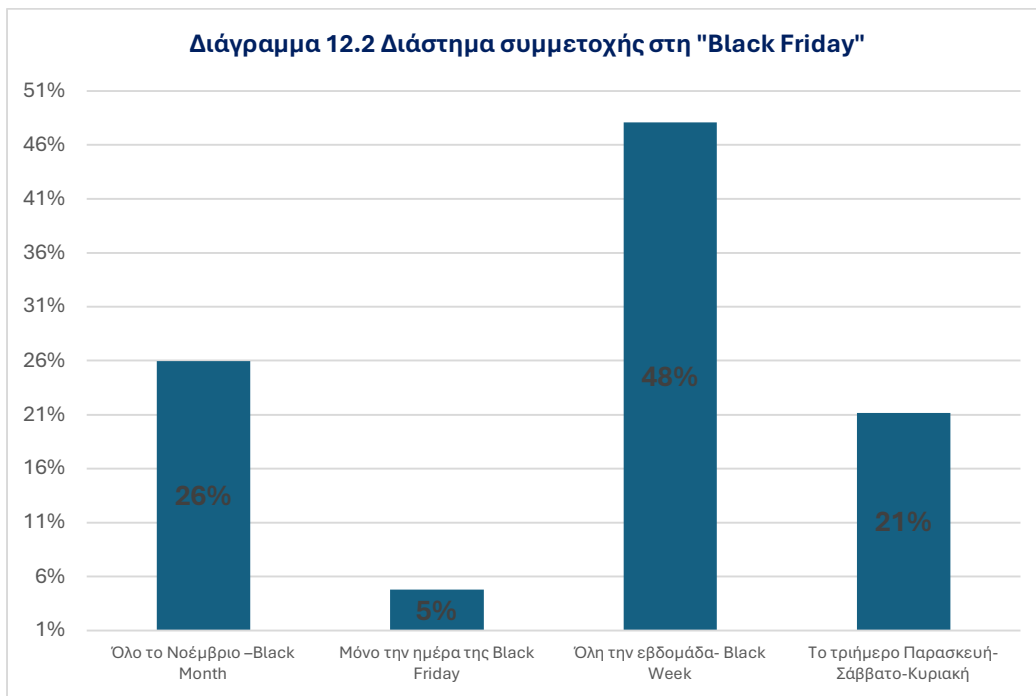
12. Έρευνα συμμετοχής των εμπορικών επιχειρήσεων στην εμπορική περίοδο «Black Friday 2025»

Η παρούσα ανάλυση των ευρημάτων της έρευνας του Ινστιτούτου της ΕΣΕΕ για τη συμμετοχή και τα αποτελέσματα της εμπορικής περιόδου της «Black Friday» εντάσσεται σε ένα ευρύτερο πλαίσιο επιβράδυνσης της καταναλωτικής δυναμικής, στο λιανικό εμπόριο, και εντεινόμενων διαρθρωτικών πιέσεων, στις επιχειρήσεις. Η συγκεκριμένη εκπτωτική περίοδος, η οποία, κατά τα τελευταία έτη, έχει αποκτήσει αυξημένη βαρύτητα, αναδεικνύεται, πλέον, όχι ως μηχανισμός ουσιαστικής τόνωσης της ζήτησης, αλλά ως πεδίο έντονου ανταγωνισμού τιμών, με περιορισμένη συνολική αποτελεσματικότητα, ειδικά για τις ΠμΕ που δεν έχουν τη δυνατότητα ανταγωνισμού σε όρους marketing.

Σε επίπεδο συνολικής αποτίμησης, τα δεδομένα καταδεικνύουν ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων δεν κατόρθωσε να επιτύχει τους αναμενόμενους στόχους πωλήσεων, παρά τη γενικευμένη εφαρμογή εκτεταμένων προωθητικών ενεργειών και υψηλών ποσοστών εκπτώσεων. Η διαπίστωση αυτή υποδηλώνει ότι η ζήτηση δεν επηρεάζεται, πλέον, σε βαθμό ανάλογο των παλαιότερων ετών, από βραχυχρόνια εκπτωτικά κίνητρα, αλλά καθορίζεται περισσότερο από τη συνολική εξέλιξη του διαθέσιμου εισοδήματος και των μακροοικονομικών συνθηκών. Η συνεχιζόμενη αδυναμία ανάκαμψης των πωλήσεων, παρά τη διεύρυνση της διάρκειας και της έντασης των προσφορών, επιβεβαιώνει την ύπαρξη μιας παρατεταμένης κόπωσης της αγοραστικής δύναμης, η οποία αποτυπώνεται στις επιδόσεις των εμπορικών επιχειρήσεων.

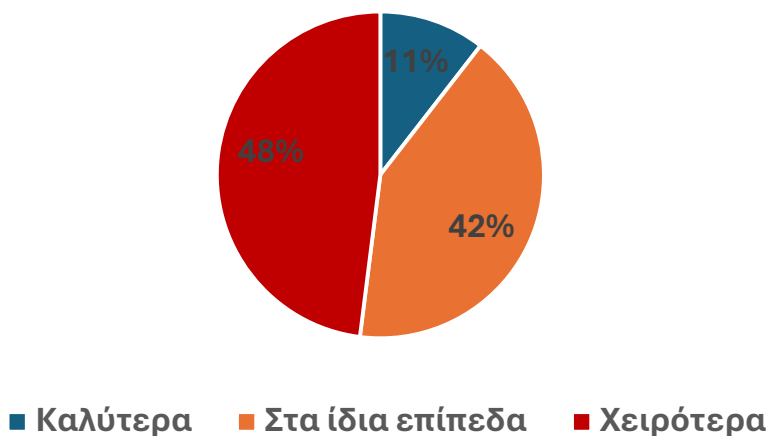
Διάγραμμα 12.1 Συμμετοχή (%) επιχειρήσεων στην πρακτική της "Black Friday" (2024)



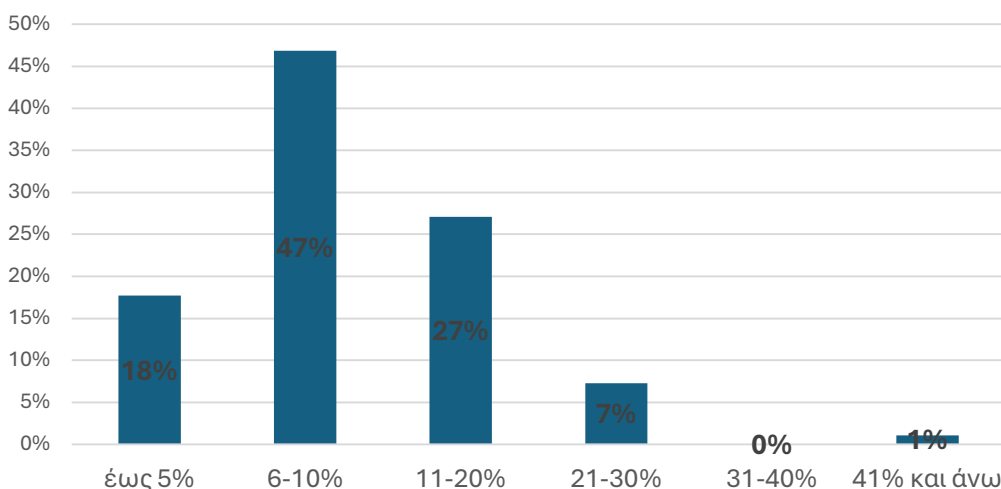


Η κατανομή των αποτελεσμάτων δείχνει ότι σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων κατέγραψε μείωση των πωλήσεων, σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, μολονότι οι απώλειες συγκεντρώνονται, κυρίως, σε σχετικά περιορισμένα ποσοστά. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι, αν και η πτώση δεν είναι ακραία σε όλες τις περιπτώσεις, είναι, ωστόσο, αρκετά διάχυτη, ώστε να επηρεάζει τη συνολική εικόνα του κλάδου. Παράλληλα, η περιορισμένη παρουσία επιχειρήσεων με ουσιαστικά θετικές επιδόσεις ενισχύει την εκτίμηση ότι η αγορά χαρακτηρίζεται από χαμηλή δυναμική ανόδου και όχι από έντονες διακυμάνσεις.

Διάγραμμα 12.4 Εξέλιξη πωλήσεων "Black Friday", συγκριτικά με πέρυσι

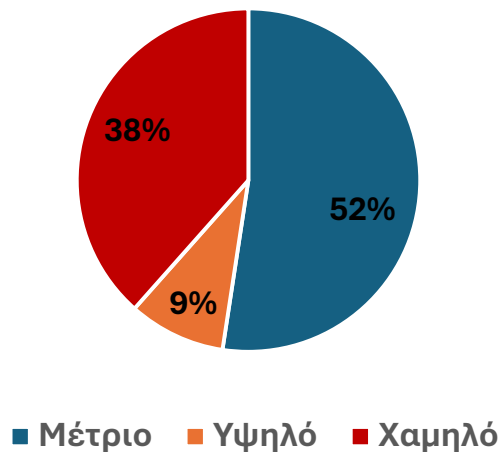


Διάγραμμα 12.5 Εκτίμηση ύψους ποσοστού μείωσης των πωλήσεων στη "Black Friday", συγκριτικά με πέρυσι

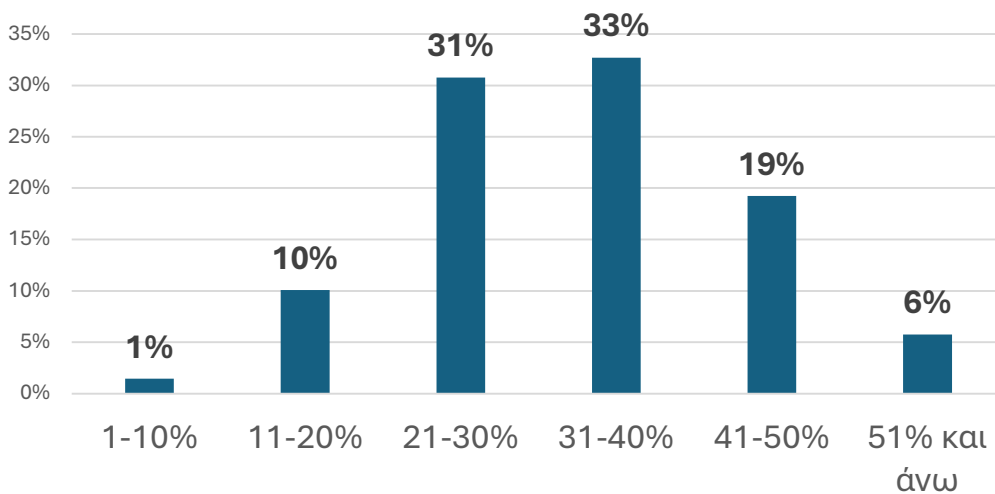


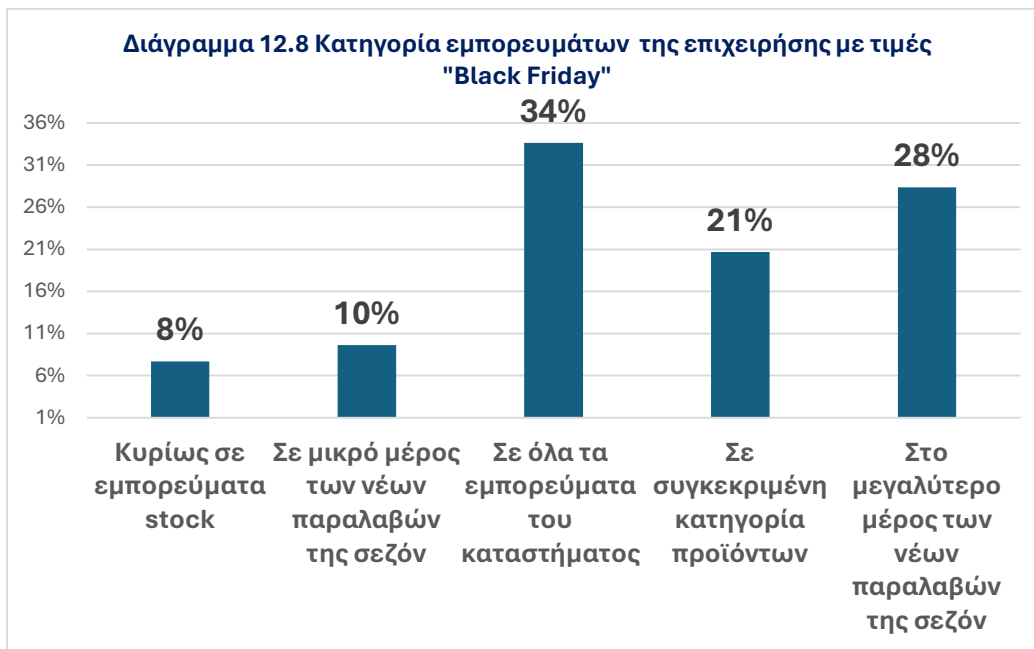
Ιδιαίτερη σημασία παρουσιάζει η ανάλυση της ικανοποίησης των επιχειρήσεων, η οποία αποτυπώνει ένα περιβάλλον αυξημένης απόκλισης μεταξύ προσδοκιών και πραγματικών αποτελεσμάτων. Η μέτρια (ή χαμηλή) ικανοποίηση που καταγράφεται στην πλειονότητα των περιπτώσεων αποτελεί ένδειξη ότι οι επιχειρήσεις είχαν ενσωματώσει υψηλότερες προσδοκίες στις στρατηγικές τους, οι οποίες δεν επιβεβαιώθηκαν, ωστόσο, στην πράξη. Το γεγονός αυτό συνδέεται άμεσα με τη διεύρυνση της χρήσης εκτεταμένων εκπτώσεων, συχνά σε μεγάλο μέρος του αποθέματος, στοιχείο που καταδεικνύει την ένταση του ανταγωνισμού, αλλά και τη δυσκολία διατήρησης υγιών περιθωρίων κέρδους.

Διάγραμμα 12.6 Βαθμός ικανοποίησης: πωλήσεις κατά την περίοδο "Black Friday"

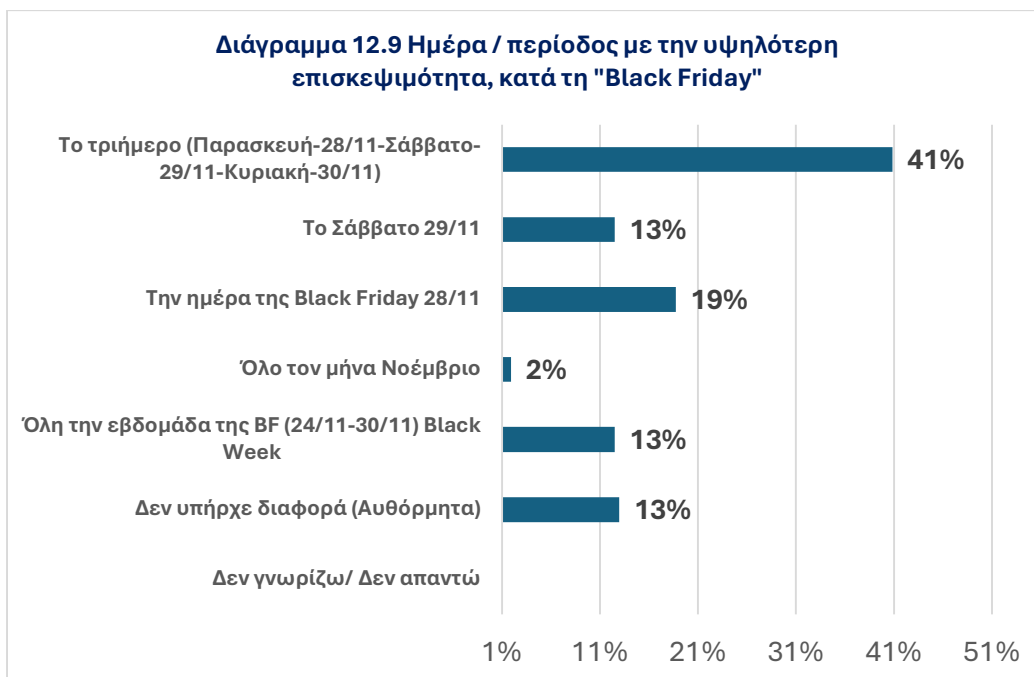


Διάγραμμα 12.7 Ύψος εκπτώσεων στη "Black Friday"

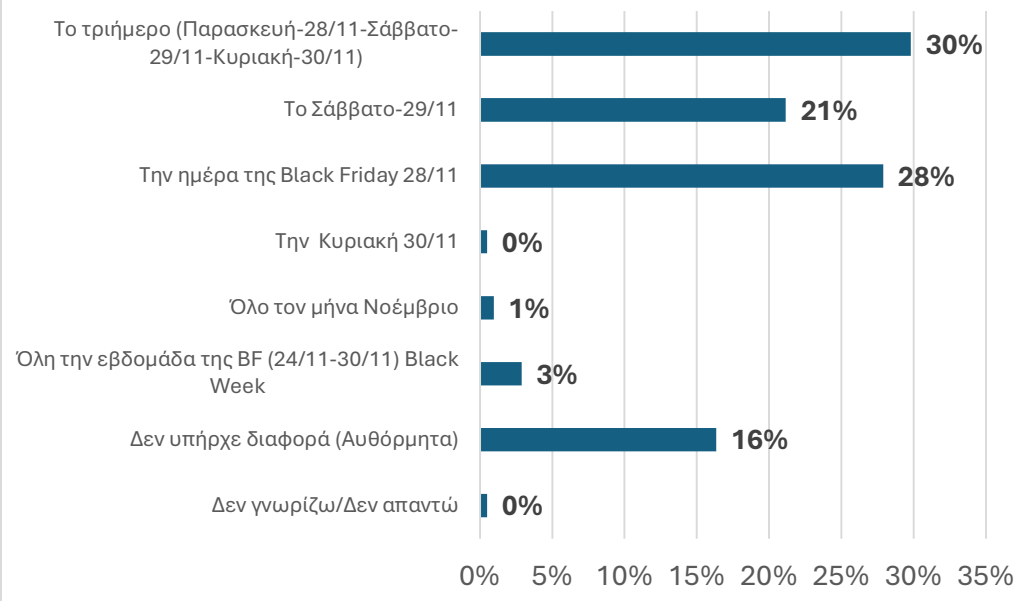




Η χρονική κατανομή της αγοραστικής δραστηριότητας αναδεικνύει, επίσης, κρίσιμες μεταβολές στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Η συγκέντρωση της επισκεψιμότητας και των πωλήσεων γύρω από το κεντρικό τριήμερο της «Black Friday» υποδηλώνει ότι η κατανάλωση παραμένει εξαιρετικά ευαίσθητη σε χρονικά σημεία υψηλής προβολής, χωρίς, ωστόσο, να επεκτείνεται ουσιαστικά σε ευρύτερη χρονική περίοδο.

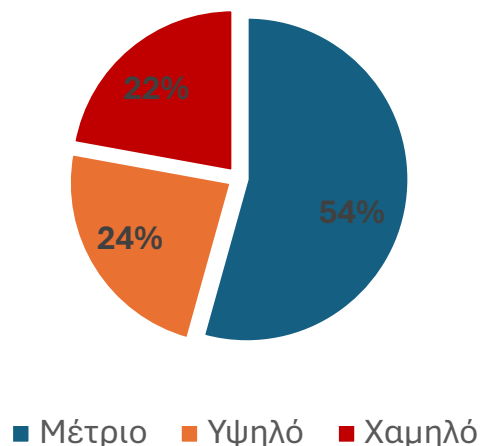


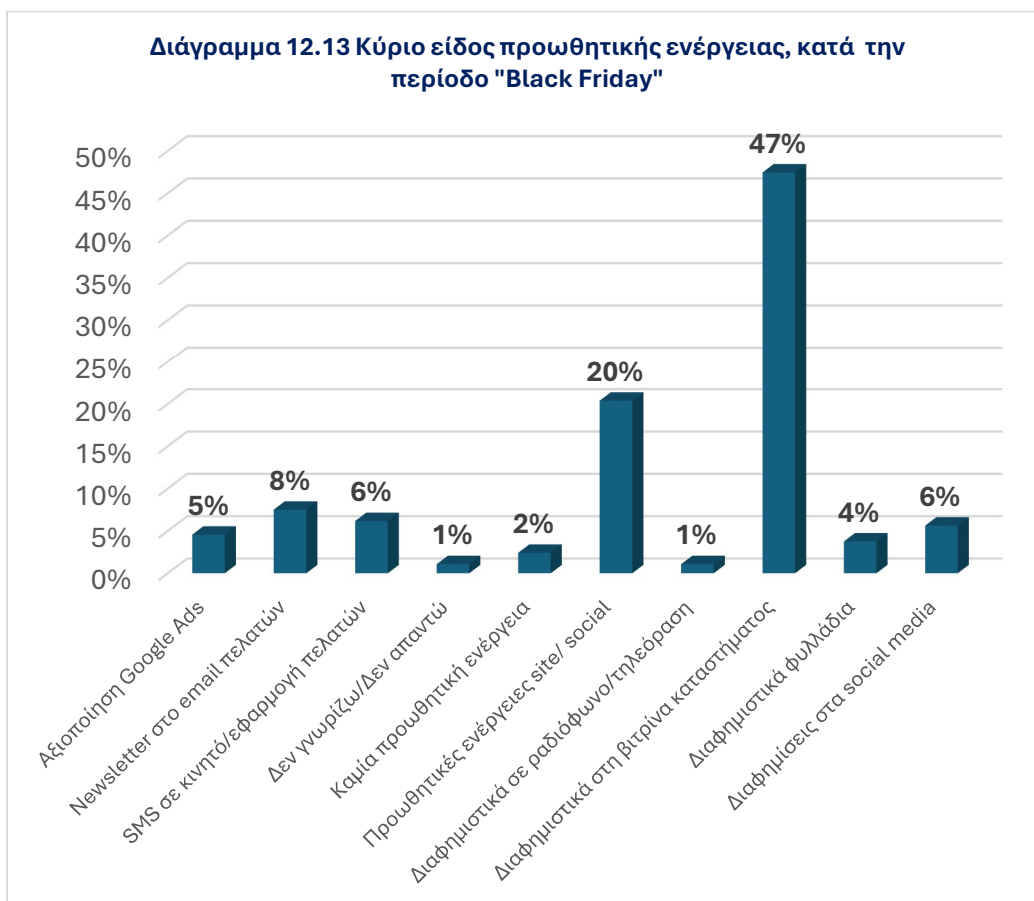
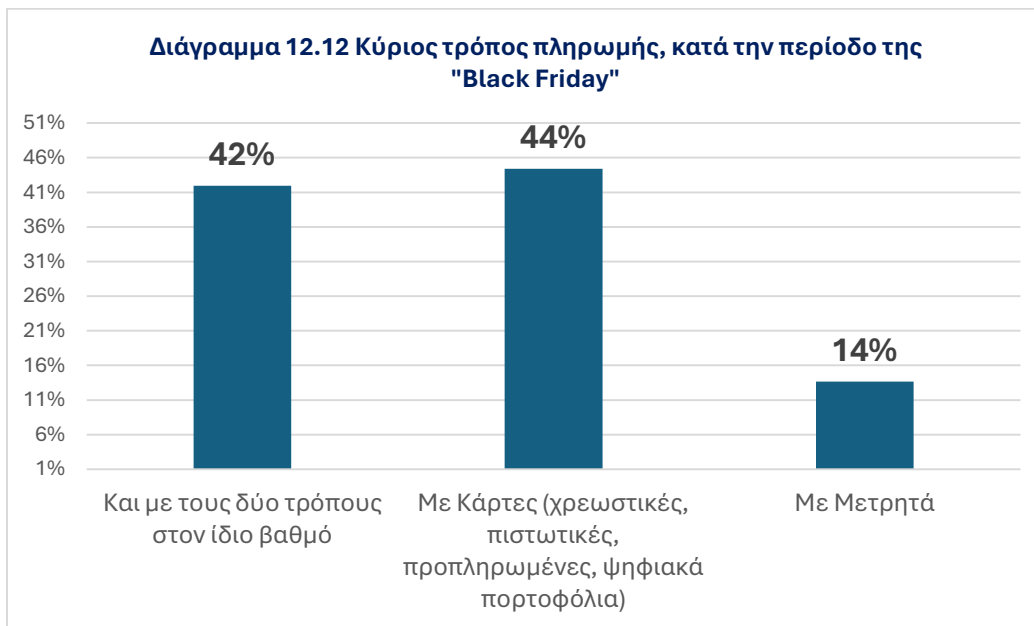
Διάγραμμα 12.10 Ημέρα / περίοδος με τις υψηλότερες πωλήσεις, κατά τη "Black Friday"



Σημαντικό εύρημα αποτελεί, επίσης, η συσχέτιση μεταξύ επισκεψιμότητας και πωλήσεων, η οποία επιβεβαιώνει ότι η φυσική παρουσία στα καταστήματα εξακολουθεί να αποτελεί κρίσιμο παράγοντα της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Βέβαια, η σχετική ικανοποίηση από την επισκεψιμότητα δεν υποδηλώνει ότι η αυξημένη προσέλευση μεταφράζεται σε ανάλογη αγοραστική δαπάνη, γεγονός που πιθανόν συνδέεται με τη συγκρατημένη καταναλωτική συμπεριφορά και την αναζήτηση χαμηλότερων τιμών.

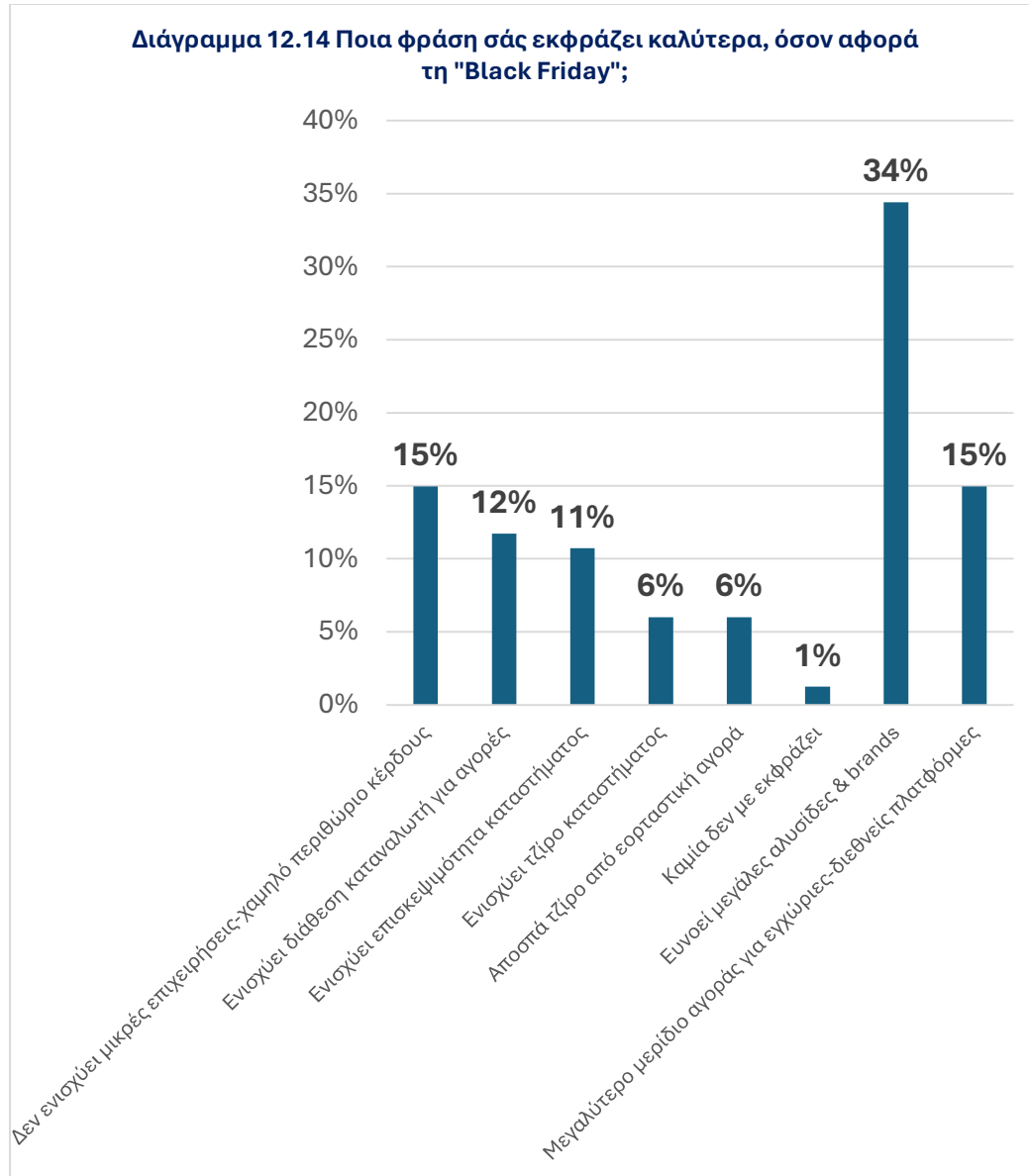
Διάγραμμα 12.11 Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα στο κατάστημα, την περίοδο της "Black Friday"





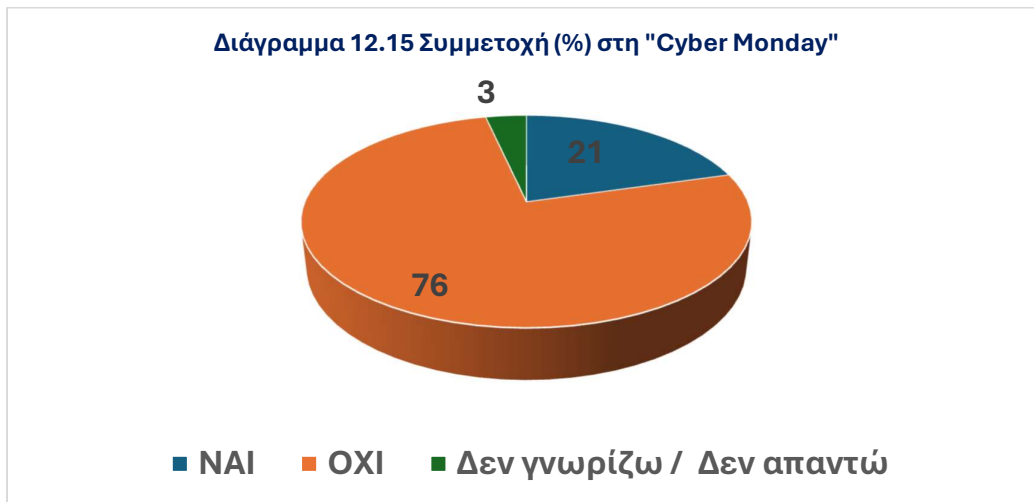
Σε επίπεδο δομής αγοράς, ιδιαίτερη βαρύτητα αποκτά η διαπίστωση ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων θεωρεί πως το συγκεκριμένο εκπτωτικό μοντέλο ενισχύει, κυρίως, τις μεγάλες εμπορικές αλυσίδες και τις οργανωμένες πλατφόρμες, εις βάρος των

μικρότερων επιχειρήσεων. Η εκτίμηση αυτή υποδηλώνει ότι η «Black Friday» λειτουργεί, εν μέρει, ως μηχανισμός ανακατανομής του μεριδίου αγοράς, ενισχύοντας τις οικονομίες κλίμακας και διευρύνοντας τις ήδη υπάρχουσες ανισότητες στο λιανικό εμπόριο, όπως αυτές προκύπτουν και από τα δευτερογενή δεδομένα, τα οποία προέρχονται από διοικητικές πηγές (βλ. Μέρος Β').

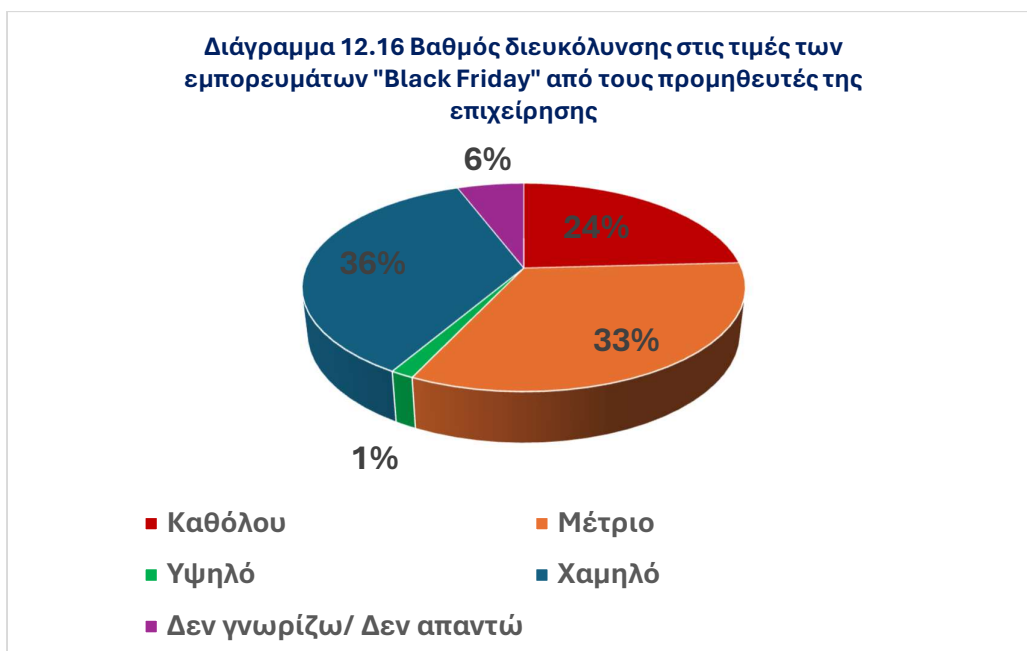


Παράλληλα, η περιορισμένη διείσδυση της «Cyber Monday» καταδεικνύει ότι το ψηφιακό κανάλι, αν και αναπτυσσόμενο, δεν έχει ακόμη υιοθετηθεί οριζόντια από το σύνολο των επιχειρήσεων, γεγονός που συνδέεται με διαφοροποιήσεις, ως προς την ψηφιακή ωριμότητα και την υστέρηση της μεταστροφής των επιχειρηματικών μοντέλων σε άλλες μορφές (π.χ. omni-channel retailing). Η διατήρηση της κυριαρχίας

των φυσικών σημείων πώλησης, ως κύριου καναλιού συναλλαγών, επιβεβαιώνει την αργή μετάβαση προς ένα υβριδικό μοντέλο εμπορίου.



Τέλος, η γενικότερη αποτίμηση των ευρημάτων υποδεικνύει ότι το λειτουργικό περιβάλλον των επιχειρήσεων παραμένει ιδιαίτερα επιβαρυνμένο, τόσο από το υψηλό κόστος όσο και από τη μειωμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών. Η συνδυαστική επίδραση αυτών των παραγόντων δημιουργεί συνθήκες αυξημένης αβεβαιότητας, στις οποίες οι βραχυχρόνιες προωθητικές ενέργειες δεν επαρκούν πλέον για να αντισταθμίσουν τις διαρθρωτικές πιέσεις. Συνεπώς, η «Black Friday» καταγράφεται περισσότερο ως δείκτης των ήδη υπαρχόντων περιορισμών της αγοράς, παρά ως εργαλείο ουσιαστικής ενίσχυσης της οικονομικής δραστηριότητας.

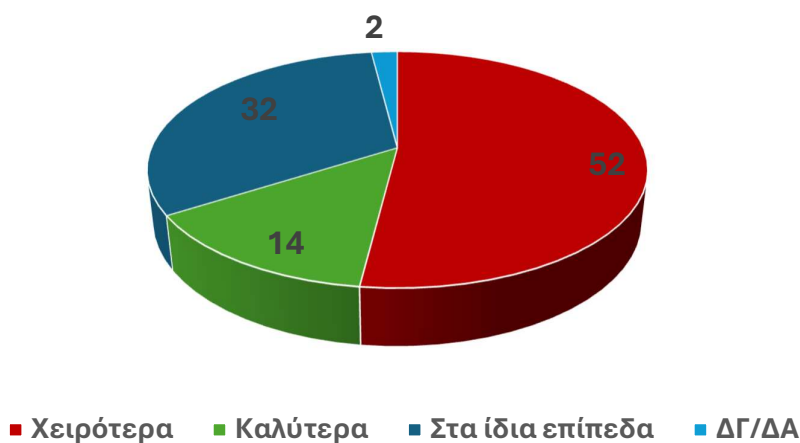


13. Έρευνα για την κίνηση των εμπορικών καταστημάτων, κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου (Χριστούγεννα 2025)

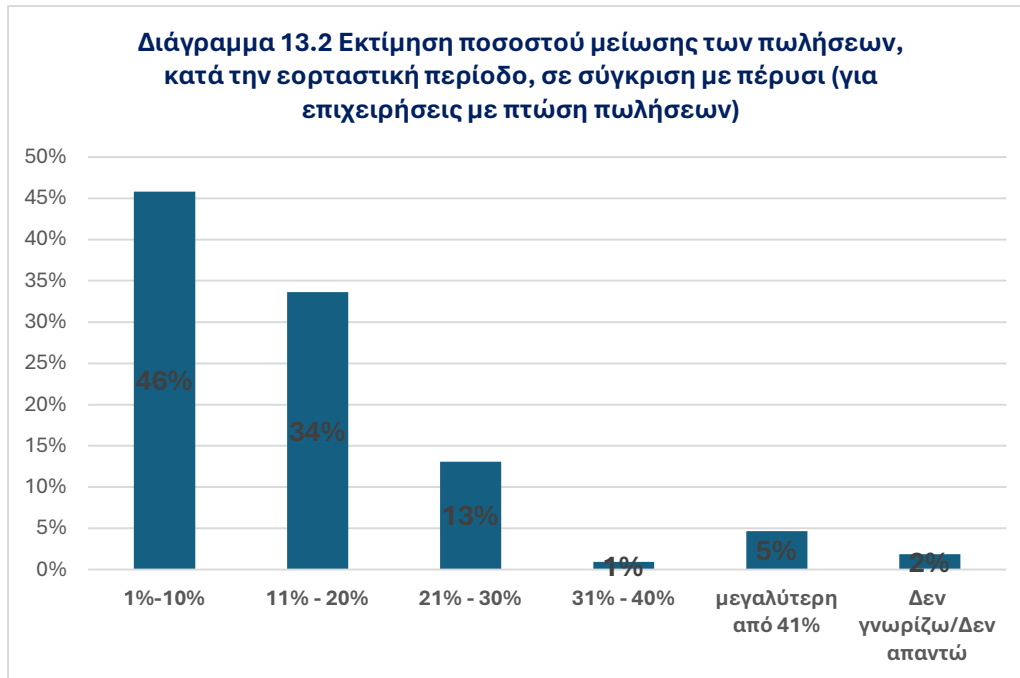
Η πανελλαδική έρευνα του Ινστιτούτου της ΕΣΕΕ, όσον αφορά την αγοραστική κίνηση κατά την εορταστική περίοδο 2025–2026, αποτυπώνει, με σαφήνεια, τη συνέχιση της υποτονικής δυναμικής που χαρακτηρίζει το λιανικό εμπόριο καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Τα ευρήματα αναδεικνύουν μια αγορά, η οποία λειτουργεί υπό συνθήκες αυξημένης πίεσης, με την καταναλωτική δαπάνη να παραμένει ασθενής και τη συμπεριφορά των καταναλωτών να επηρεάζεται έντονα από τη μείωση του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματος και τη γενικευμένη οικονομική αβεβαιότητα.

Ειδικότερα, περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις κατέγραψαν χαμηλότερες πωλήσεις, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους, ενώ ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων κινήθηκε στα ίδια επίπεδα, γεγονός που επιβεβαιώνει τη μετάβαση του προτύπου της αγοράς από τη στασιμότητα στη συρρίκνωση. Η διαφοροποίηση ανά κατηγορία προϊόντων είναι εμφανής, με τα τρόφιμα να παρουσιάζουν, συγκριτικά, μεγαλύτερη ανθεκτικότητα, σε αντίθεση με τα λοιπά καταναλωτικά αγαθά, τα οποία επηρεάζονται περισσότερο από τη συμπίεση της αγοραστικής δύναμης.

Διάγραμμα 13.1 Σύγκριση πωλήσεων μεταξύ των εορταστικών περιόδων 2024 και 2025 (%)

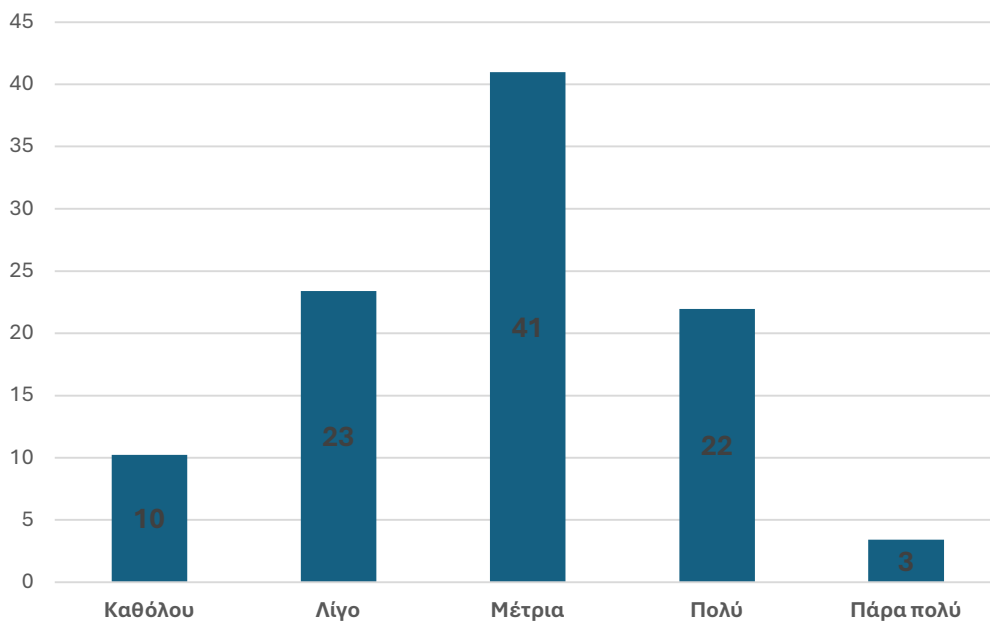


Η ένταση της πτώσης των πωλήσεων, αν και σε μεγάλο βαθμό συγκρατημένη, παραμένει ανησυχητική. Σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων κατέγραψε μειώσεις έως 10%, ενώ ένα ακόμα μεγάλο τμήμα εμφάνισε απώλειες που κυμαίνονται μεταξύ 11% και 20%. Η κατανομή αυτή υποδηλώνει ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων βιώνει μια σταδιακή, αλλά επίμονη, διάβρωση του κύκλου εργασιών της, χωρίς, ωστόσο, να καταγράφονται ακραίες διακυμάνσεις, στοιχείο που συνάδει με τη γενικότερη εικόνα της παρατεταμένης υποχώρησης της ζήτησης.

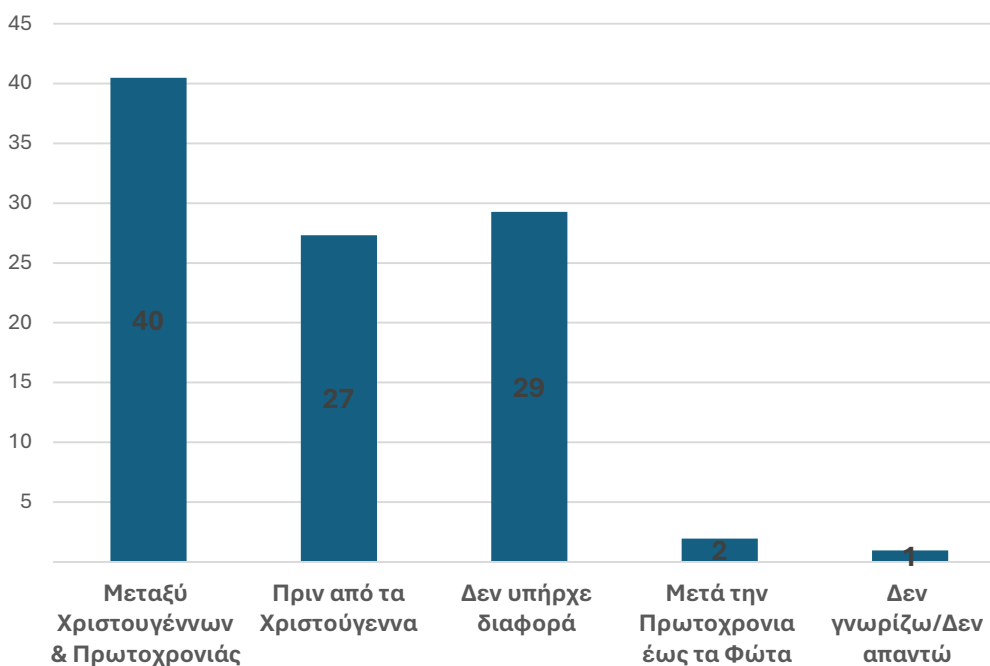


Παράλληλα, η επισκεψιμότητα στα φυσικά καταστήματα εμφανίζεται περιορισμένη, με σημαντικό μέρος των εμπορικών επιχειρήσεων να δηλώνει μέτρια έως χαμηλή ικανοποίηση. Η εξέλιξη αυτή συνδέεται τόσο με τη μεταβολή των καταναλωτικών συνηθειών όσο και με τη σταδιακή ενίσχυση των εναλλακτικών καναλιών αγορών. Αξιοσημείωτη είναι, επίσης, η μετατόπιση της περιόδου αιχμής της αγοραστικής κίνησης, καθώς για σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων η κορύφωση των πωλήσεων εντοπίζεται στο διάστημα μεταξύ Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς, και όχι κατά την προ-χριστουγεννιάτικη περίοδο, όπως συνέβαινε παραδοσιακά. Η μεταβολή αυτή αντανακλά αλλαγές στη χρονική κατανομή της κατανάλωσης, η οποία φανερώνει, ενδεχομένως, ευρύτερους μετασχηματισμούς των καταναλωτικών προτύπων.

Διάγραμμα 13.3 Βαθμός ικανοποίησης από την επισκεψιμότητα στην επιχείρηση, κατά την εορταστική περίοδο (%)



Διάγραμμα 13.4 Περίοδος υψηλότερης αγοραστικής κίνησης (%)



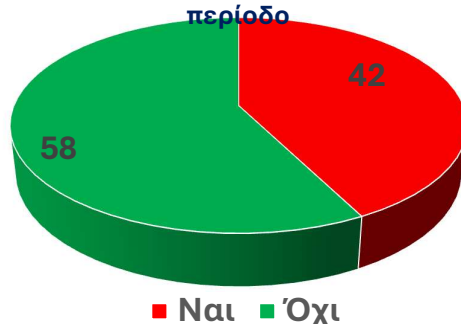
Οι εμπορικές επιχειρήσεις, λαμβάνοντας υπόψη το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, φαίνεται ότι διαμόρφωσαν, εκ των προτέρων, συγκρατημένες προσδοκίες. Αυτό αποτυπώνεται τόσο στον όγκο των παραγγελιών προς προμηθευτές, ο οποίος παρέμεινε, σε μεγάλο βαθμό, σταθερός (ή μειώθηκε), όσο και στη γενικότερη στρατηγική διαχείρισης των αποθεμάτων. Η στάση αυτή υποδηλώνει αυξημένη προσαρμοστικότητα, αλλά, ταυτόχρονα, και περιορισμένη εμπιστοσύνη στις προοπτικές της αγοράς.

Διάγραμμα 13.5 Όγκος παραγγελιών από προμηθευτές για την εορταστική περίοδο, συγκριτικά με πέρυσι (%)



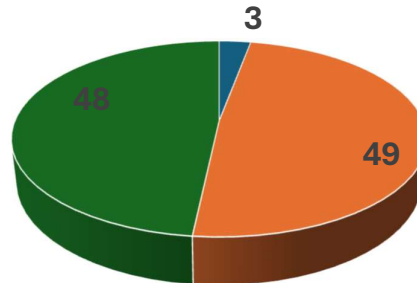
Στο ίδιο πλαίσιο, σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων κατέφυγε σε προωθητικές ενέργειες, εφαρμόζοντας εκπτώσεις και προσφορές, ακόμα και κατά τη διάρκεια της εορταστικής περιόδου, η οποία χαρακτηρίζεται, παραδοσιακά, από αυξημένη ζήτηση. Η πρακτική αυτή καταδεικνύει την ένταση του ανταγωνισμού, αλλά και την ανάγκη τόνωσης της κατανάλωσης, μέσω τιμολογιακών παρεμβάσεων. Οι εκπτώσεις επικεντρώθηκαν, κυρίως, σε μεσαία επίπεδα μείωσης των τιμών, γεγονός που υποδηλώνει μια προσπάθεια εξισορρόπησης μεταξύ ενίσχυσης των πωλήσεων και διατήρησης των περιθωρίων κέρδους.

Διάγραμμα 13.6 Διενέργεια προσφορών, κατά την εορταστική περίοδο



Αναφορικά με τη διάρθρωση της ζήτησης, παρατηρείται σχετική ισορροπία μεταξύ αγορών υψηλότερης και χαμηλότερης αξίας, στοιχείο που αντανάκλα την ετερογένεια των καταναλωτικών επιλογών. Παρά τη γενικευμένη πίεση στα εισοδήματα, ένα μέρος των καταναλωτών εξακολουθεί να διατηρεί αγοραστική ικανότητα, ενώ, παράλληλα, ενισχύεται η τάση για πιο συγκρατημένες και στοχευμένες αγορές.

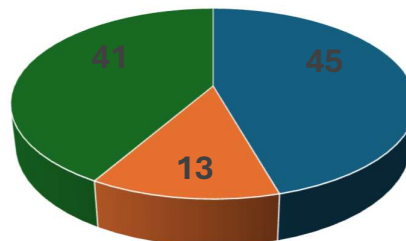
Διάγραμμα 13.7 Κατηγορία προϊόντων που κινήθηκαν περισσότερο την εορταστική περίοδο



■ Τα πιο ακριβά προϊόντα ■ Τα πιο φθηνά προϊόντα ■ Δεν υπήρχε διαφορά

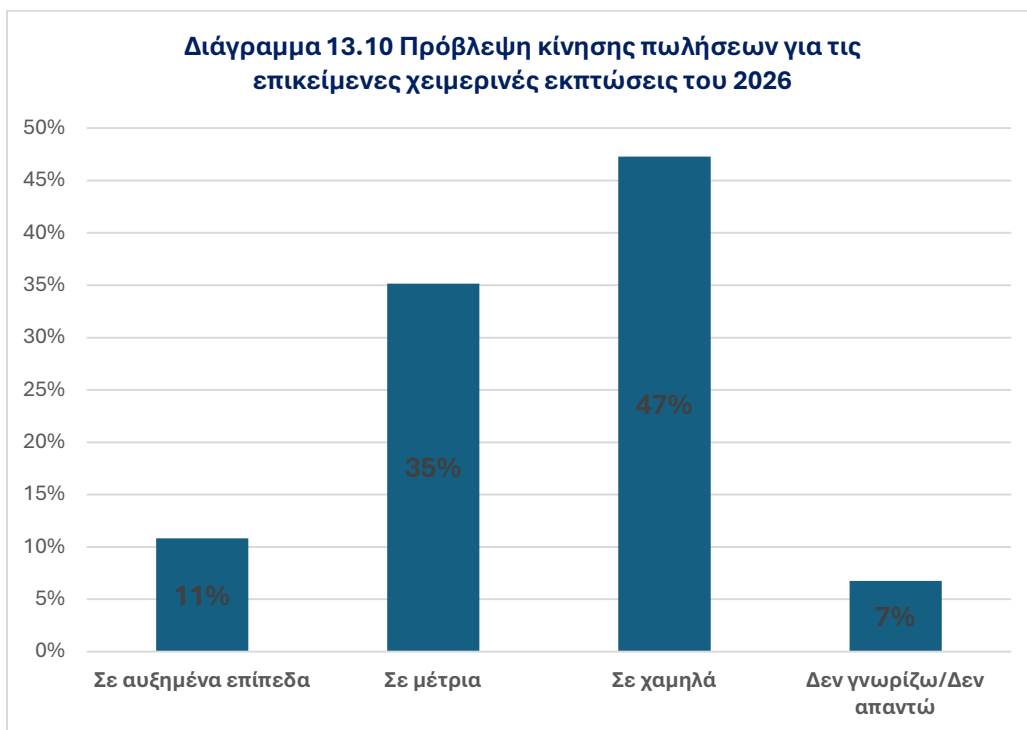
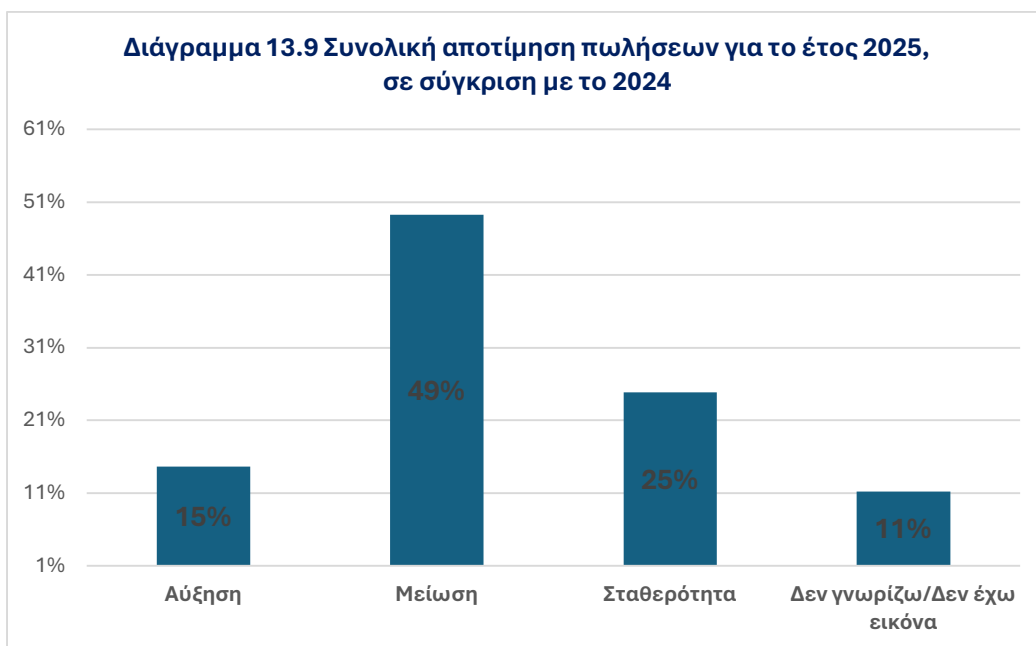
Ιδιαίτερη σημασία έχει και η εξέλιξη των τρόπων πληρωμής, καθώς η χρήση ηλεκτρονικών συναλλαγών έχει, πλέον, κυριαρχήσει, περιορίζοντας σημαντικά τη χρήση μετρητών. Η τάση αυτή συνδέεται τόσο με τη γενικότερη ψηφιακή μετάβαση της οικονομίας όσο και με τις αλλαγές που επιταχύνθηκαν κατά την περίοδο της πανδημίας, επιδρώντας μόνιμα στη λειτουργία της αγοράς. Παράλληλα, το στοιχείο αυτό δείχνει την πλήρη διασυνδεσιμότητα των εμπορικών ΠμΕ με τη φορολογική διοίκηση.

Διάγραμμα 13.8 Κύριος τρόπος πληρωμής των πελατών, κατά την περίοδο των εορτών (%)



■ Κάρτα ■ Μετρητά ■ Και οι δυο τρόποι στον ίδιο

Σε επίπεδο συνολικών εκτιμήσεων για το έτος 2025, οι επιχειρήσεις εμφανίζονται ιδιαίτερα επιφυλακτικές, με σημαντικό ποσοστό να αναμένει μείωση του κύκλου εργασιών, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Η απαισιοδοξία αυτή επεκτείνεται και στις προσδοκίες για τις επόμενες περιόδους, συμπεριλαμβανομένων των χειμερινών εκπτώσεων, γεγονός που υποδηλώνει περιορισμένη εμπιστοσύνη στις βραχυπρόθεσμες προοπτικές ανάκαμψης.



Οι κυριότερες προκλήσεις, τις οποίες αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις, εντοπίζονται στο αυξημένο λειτουργικό κόστος, στις εντεινόμενες οικονομικές υποχρεώσεις, στη μείωση της καταναλωτικής δαπάνης και στην άνοδο του κόστους προμηθειών. Οι παράγοντες αυτοί λειτουργούν σωρευτικά, επιβαρύνοντας τη βιωσιμότητα ενός μεγάλου μέρους των εμπορικών ΠμΕ, οι οποίες διαθέτουν περιορισμένες δυνατότητες απορρόφησης των κραδασμών.

Ενδεικτικό της πίεσης που ασκείται στο επιχειρηματικό περιβάλλον είναι το γεγονός ότι ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων αντιμετωπίζει δυσκολίες στην πλήρη κάλυψη των φορολογικών και ασφαλιστικών του υποχρεώσεων. Το εύρημα αυτό καταδεικνύει όχι μόνο τη μείωση της ρευστότητας, αλλά και τον κίνδυνο επιπλέον επιδείνωσης της οικονομικής θέσης ενός μεγάλου τμήματος του λιανικού εμπορίου.



14. Συμπεράσματα

Η συνθετική αξιολόγηση των ευρημάτων που προέκυψαν από τις τέσσερις επιμέρους έρευνες του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y.), οι οποίες επικεντρώθηκαν σε κομβικές περιόδους της εμπορικής δραστηριότητας του 2025 — όπως οι χειμερινές και θερινές εκπτώσεις, η περίοδος της «Black Friday» και η εορταστική αγορά των Χριστουγέννων — σε συνδυασμό με τα στοιχεία για τον κύκλο εργασιών των ΜμΕ και τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας, σχετικά με τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν εμπορικές ΠμΕ και ΜμΕ, προσφέρει ένα ιδιαίτερα ανησυχητικό, αλλά, επιστημονικά, τεκμηριωμένο αποτύπωμα της κατάστασης του κλάδου. Η διαχρονική και συγκριτική προσέγγιση των δεδομένων αναδεικνύει ότι οι πιέσεις, τις οποίες δέχονται οι επιχειρήσεις, δεν αποτελούν συγκυριακό φαινόμενο, αλλά τείνουν να αποκτήσουν μόνιμα και δομικά χαρακτηριστικά. Οι τρεις κυριότερες προκλήσεις που εντοπίστηκαν — οι συνεχείς ανατιμήσεις, η αυξανόμενη επιβάρυνση από οικονομικές υποχρεώσεις και η διαρκής έλλειψη ρευστότητας — διαμορφώνουν ένα περιβάλλον συστημικής ασφυξίας, το οποίο περιορίζει σημαντικά τη δυνατότητα ανάπτυξης, επενδύσεων και προσαρμογής των επιχειρήσεων στις νέες οικονομικές και τεχνολογικές απαιτήσεις. Παράλληλα, η πίεση που ασκείται στις εμπορικές επιχειρήσεις επιβραδύνει ουσιαστικά τόσο τον ψηφιακό όσο και τον πράσινο μετασχηματισμό τους, καθώς η προτεραιότητα μετατοπίζεται από τον στρατηγικό εκσυγχρονισμό στην κάλυψη άμεσων λειτουργικών αναγκών και υποχρεώσεων.

Ένα από τα σημαντικότερα συμπεράσματα, τα οποία αναδύονται από τα δευτερογενή διοικητικά δεδομένα που δημοσιεύει η ΕΛΣΤΑΤ, αφορά την έντονη απόκλιση μεταξύ ονομαστικής και πραγματικής οικονομικής δραστηριότητας στο λιανικό εμπόριο. Παρότι οι επίσημοι δείκτες παρουσιάζουν οριακή αύξηση του κύκλου εργασιών, η εξέλιξη αυτή αποδεικνύεται, κυρίως, πληθωριστικού χαρακτήρα και δεν αντανάκλα ουσιαστική μεγέθυνση του κύκλου εργασιών. Στην πράξη, όπως δείχνουν και τα ευρήματα από τις ποσοτικές έρευνες του INEMY, οι εμπορικές ΠμΕ και ΜμΕ καταγράφουν μείωση του όγκου των πωλήσεών τους, λόγω του περιορισμού της αγοραστικής δυναμικής των καταναλωτών. Η κατάσταση αυτή δημιουργεί ένα καθεστώς «δυναμικής στασιμότητας», εντός του οποίου οι εμπορικές επιχειρήσεις διατηρούν, φαινομενικά, σταθερό ή ελαφρώς αυξημένο κύκλο εργασιών, χωρίς, όμως, να επιτυγχάνουν πραγματική βελτίωση της κερδοφορίας τους. Το αυξημένο λειτουργικό κόστος, οι ενεργειακές επιβαρύνσεις, οι ανατιμήσεις στην προμήθεια

εμπορευμάτων και η συρρίκνωση των περιθωρίων κέρδους οδηγούν σε σταδιακή αποδυνάμωση της οικονομικής ανθεκτικότητας των μικρών επιχειρήσεων. Παράλληλα, η εικόνα αυτή συνοδεύεται από έντονη πώληση της αγοράς, καθώς οι μεγάλες επιχειρήσεις, αξιοποιώντας οικονομίες κλίμακας, έχοντας ευκολότερη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και αναπτύσσοντας τα ψηφιακά τους δίκτυα, εμφανίζουν σημαντικά υψηλότερες επιδόσεις, ιδίως σε σχέση με τις πολύ μικρές και ατομικές επιχειρήσεις, οι οποίες καταγράφουν διαρκή συρρίκνωση του κύκλου εργασιών τους. Η τάση αυτή διαμορφώνει, σταδιακά, μια αγορά «δύο ταχυτήτων», όπου οι μικρές επιχειρήσεις κινδυνεύουν να απωλέσουν σταθερά μερίδια αγοράς, προς όφελος των μεγαλύτερων επιχειρηματικών σχημάτων (εγχώρια) και των πολυεθνικών πλατφορμών (εκτός ελληνικής αγοράς).

Εξίσου σημαντικές είναι οι μεταβολές που καταγράφονται στο καταναλωτικό πρότυπο και στη λειτουργία των παραδοσιακών εκπαιδευτικών περιόδων. Τα ευρήματα των σχετικών ερευνών καταδεικνύουν ότι οι περίοδοι των εκπτώσεων, οι οποίες λειτουργούσαν, στο παρελθόν, ως βασικός μηχανισμός τόνωσης της κατανάλωσης και ενίσχυσης της ρευστότητας των επιχειρήσεων, παρουσιάζουν, πλέον, σημαντικά μειωμένη αποτελεσματικότητα. Η πλειονότητα των επιχειρήσεων παρουσιάζει επιδείνωση των επιδόσεών της, σε σύγκριση με προηγούμενα έτη, γεγονός που αποτυπώνει τη σταδιακή μεταβολή της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών. Οι καταναλωτές εμφανίζονται, πλέον, πιο επιφυλακτικοί και περιορίζουν τις δαπάνες τους κυρίως σε βασικά και απολύτως αναγκαία αγαθά, αποφεύγοντας τις παρορμητικές αγορές και αναζητώντας συστηματικά φθηνότερες επιλογές, όπως προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας ή μεταχειρισμένα είδη. Επιπλέον, η συμβολή του τουρισμού στην τόνωση του εμπορίου εμφανίζεται αισθητά αποδυναμωμένη, καθώς οι ταξιδιωτικές δαπάνες κατευθύνονται, πλέον, κυρίως προς τη διαμονή και την εστίαση, περιορίζοντας τη διάχυση των εξόδων προς το λιανικό εμπόριο. Παράλληλα, η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων επιβαρύνεται ακόμα περισσότερο από τη διατήρηση υψηλών ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων και τη συνεχιζόμενη έλλειψη επαρκούς ρευστότητας. Παρότι καταγράφονται προσπάθειες ρύθμισης των οφειλών προς το Δημόσιο, οι καθυστερήσεις πληρωμών προς προμηθευτές και η περιορισμένη πρόσβαση σε τραπεζική χρηματοδότηση δημιουργούν έναν μόνιμο κύκλο ιδιωτικού χρέους, ο οποίος αποσταθεροποιεί, συνολικά, την εφοδιαστική αλυσίδα και περιορίζει τη δυνατότητα εύρυθμης λειτουργίας των επιχειρήσεων. Η εμφάνιση φαινομένων, όπως οι ακάλυπτες

επιταγές και η αύξηση των επιχειρηματικών παύσεων λειτουργίας, κατά το τέλος του έτους, επιβεβαιώνουν την ένταση των πιέσεων, τις οποίες αντιμετωπίζει ο κλάδος.

Τέλος, ιδιαίτερα κρίσιμη αναδεικνύεται η αδυναμία ταχείας και ολοκληρωμένης προσαρμογής των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις απαιτήσεις του ψηφιακού μετασχηματισμού. Παρότι η πλειονότητά τους αναγνωρίζει τη σημασία της τεχνολογικής αναβάθμισης και της ενίσχυσης της ψηφιακής παρουσίας της, η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών παραμένει αποσπασματική και περιορισμένη. Η έλλειψη διαθέσιμων οικονομικών πόρων, η αδυναμία πρόσβασης σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και η προτεραιοποίηση της κάλυψης άμεσων λειτουργικών αναγκών έναντι των επενδύσεων εκσυγχρονισμού καθυστερούν σημαντικά τη μετάβαση των μικρών επιχειρήσεων στη νέα ψηφιακή πραγματικότητα. Ως εκ τούτου, οι επιχειρήσεις αυτές καθίστανται ιδιαίτερα εύάλωτες απέναντι στον εντεινόμενο διεθνή ανταγωνισμό των ηλεκτρονικών πλατφορμών, ο οποίος ενισχύεται ακόμα περισσότερο σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας, δεδομένου ότι οι καταναλωτές αναζητούν συστηματικά τις χαμηλότερες διαθέσιμες τιμές, μέσω διαδικτυακών αγορών. Συνολικά, τα ευρήματα των ερευνών του 2025 σκιαγραφούν μια αγορά λιανικού εμπορίου που λειτουργεί υπό καθεστώς διαρκούς πίεσης, υψηλού λειτουργικού κόστους και περιορισμένης καταναλωτικής δυναμικής. Μέσα σε αυτό το περιβάλλον, η βιωσιμότητα της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας φαίνεται να εξαρτάται ολοένα και περισσότερο από την υιοθέτηση ουσιαστικών θεσμικών και χρηματοδοτικών παρεμβάσεων, καθώς οι μηχανισμοί αυτορρύθμισης της αγοράς δεν επαρκούν, πλέον, για τη διασφάλιση της σταθερότητας και της αναπτυξιακής προοπτικής του κλάδου.

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

Με βάση τα πορίσματα των ερευνών που πραγματοποιήθηκαν κατά το Β' εξάμηνο του 2025, τα οποία αναδεικνύουν τη διαρκώς αυξανόμενη πίεση που δέχονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ), εξαιτίας των ανατιμήσεων, των διογκωμένων οικονομικών υποχρεώσεων και της περιορισμένης ρευστότητας, η Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) έχει προχωρήσει στη διαμόρφωση ενός πλαισίου στοχευμένων παρεμβάσεων. Αυτές οι προτάσεις, όπως αποτυπώνονται στο σχετικό υπόμνημα της Συνομοσπονδίας, επιδιώκουν αφενός, την ενίσχυση της βιωσιμότητας και της ανθεκτικότητας των επιχειρήσεων, και αφετέρου, την αντιμετώπιση χρόνιων διαρθρωτικών προβλημάτων, τα οποία επιβαρύνουν την καθημερινή λειτουργία των ΜμΕ. Η τεκμηρίωση αυτών των παρεμβάσεων, μέσα από τα εμπειρικά δεδομένα των ερευνών, ενδυναμώνει την επιστημονική τους εγκυρότητα και αναδεικνύει την αναγκαιότητα άμεσης εφαρμογής τους.

Η αντιμετώπιση της εντεινόμενης χρηματοοικονομικής πίεσης, την οποίαν υφίστανται οι μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, προϋποθέτει την υιοθέτηση ενός συνεκτικού πλαισίου δημοσιονομικής προσαρμογής, το οποίο θα αποσκοπεί, πρωτίστως, στην αποκατάσταση της ρευστότητας της αγοράς. Στο πλαίσιο αυτό, κρίνεται αναγκαία η θεσμοθέτηση ενός μόνιμου και πιο ευέλικτου μηχανισμού ρύθμισης των οφειλών προς το Δημόσιο και τα Ασφαλιστικά Ταμεία, αντίστοιχου με τα σχήματα των πολυάριθμων δόσεων που εφαρμόστηκαν κατά το παρελθόν. Μια τέτοια παρέμβαση οφείλει να λαμβάνει υπόψη τη μεγάλη μεταβλητότητα που χαρακτηρίζει τα έσοδα των μικρών επιχειρήσεων, ιδιαίτερα σε περιόδους παρατεταμένης οικονομικής αβεβαιότητας και μειωμένης καταναλωτικής ζήτησης. Παράλληλα, η ανάγκη περιορισμού των πάγιων φορολογικών επιβαρύνσεων καθίσταται εξαιρετικά κρίσιμη, καθώς μέτρα, όπως το τέλος επιτηδεύματος και η προκαταβολή φόρου, λειτουργούν, συχνά, αποτρεπτικά για τη βιωσιμότητα των μικρών επιχειρηματικών σχημάτων. Ειδικότερα, σε συνθήκες «δυναμικής στασιμότητας», όπου τα λογιστικά αποτελέσματα δεν αντικατοπτρίζουν πραγματική ταμειακή επάρκεια, οι συγκεκριμένες υποχρεώσεις επιτείνουν την αδυναμία κάλυψης των λειτουργικών αναγκών και περιορίζουν σημαντικά τη δυνατότητα επανεπένδυσης κεφαλαίων στην παραγωγική δραστηριότητα. Ταυτόχρονα, καθίσταται αναγκαία η αναδιάρθρωση του πλαισίου χρηματοδότησης

των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, δεδομένου ότι η πρόσβασή τους στον συμβατικό τραπεζικό δανεισμό εξακολουθεί να παραμένει εξαιρετικά περιορισμένη. Η ισχύουσα τραπεζική πρακτική, η οποία βασίζεται σε αυστηρά κριτήρια πιστοληπτικής αξιολόγησης και αυξημένες εγγυήσεις, αποκλείει ένα ιδιαίτερα μεγάλο ποσοστό μικρών εμπορικών επιχειρήσεων από την πρόσβαση σε κεφάλαια κίνησης. Υπό αυτές τις συνθήκες, η δημιουργία ενός εξειδικευμένου Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικροεμπορίου θα μπορούσε να λειτουργήσει ως κρίσιμο εργαλείο ενίσχυσης της ρευστότητας και σταθεροποίησης της αγοράς. Η αξιοποίηση πόρων από ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα, όπως το ΕΣΠΑ και το Ταμείο Ανάκαμψης, μπορεί να υποστηρίξει τη χορήγηση μικροπιστώσεων με ευνοϊκούς όρους, προσαρμοσμένων στις πραγματικές ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων. Η παρέμβαση αυτή δεν αποσκοπεί μόνο στην κάλυψη άμεσων χρηματοδοτικών αναγκών, αλλά και στη σταδιακή απεξάρτηση των επιχειρήσεων από άτυπες μορφές δανεισμού, οι οποίες μεταφέρουν, συχνά, το οικονομικό βάρος στο οικογενειακό και κοινωνικό περιβάλλον των επιχειρηματιών. Επιπλέον, η ενίσχυση της ρευστότητας μπορεί να συμβάλει στη σταθεροποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας, μέσω της ταχύτερης εξόφλησης των προμηθευτών και της βελτίωσης της συνολικής εμπορικής κυκλοφορίας.

Ιδιαίτερη σημασία αποκτά, επίσης, η ανάγκη θεσμικής θωράκισης της αγοράς απέναντι στις συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού που διαμορφώνονται στο σύγχρονο εμπορικό περιβάλλον. Ο ολοένα και πιο εμφανής διαχωρισμός της αγοράς σε επιχειρήσεις «δύο ταχυτήτων», όπου οι μεγάλες αλυσίδες και οι πολυεθνικές ψηφιακές πλατφόρμες διαθέτουν σαφές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των μικρών επιχειρήσεων, δημιουργεί σοβαρές στρεβλώσεις στη λειτουργία του ανταγωνισμού. Στο πλαίσιο αυτό, η επικαιροποίηση του νομοθετικού πλαισίου, το οποίο διέπει τις προσφορές, τις προωθητικές ενέργειες και τις εκπωτικές περιόδους, καθίσταται απαραίτητη, με στόχο τον περιορισμό επιθετικών πρακτικών που αλλοιώνουν τους όρους λειτουργίας της αγοράς. Παράλληλα, η θέσπιση ενός αφορολόγητου ορίου για τους αυτοαπασχολούμενους εμπόρους, αντίστοιχου με εκείνο που ισχύει για τους μισθωτούς, θα μπορούσε να λειτουργήσει ως αντισταθμιστικός μηχανισμός απέναντι στη συρρίκνωση της αγοραστικής δύναμης και στην αύξηση του λειτουργικού κόστους. Η συγκεκριμένη παρέμβαση αποκτά ιδιαίτερη σημασία, αν λάβουμε υπόψη την κοινωνική και οικονομική συμβολή των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων, οι

οποίες αποτελούν βασικό πυλώνα απασχόλησης και περιφερειακής οικονομικής συνοχής.

Τέλος, κομβικό ζήτημα για τη μελλοντική βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων συνιστά η επιτάχυνση ενός συμπεριληπτικού και λειτουργικά προσαρμοσμένου ψηφιακού μετασχηματισμού. Παρά τη σημαντική διεύρυνση του ηλεκτρονικού εμπορίου, κατά τα τελευταία έτη, μεγάλο μέρος των μικρών επιχειρήσεων εξακολουθεί να παρουσιάζει περιορισμένη ψηφιακή ετοιμότητα, γεγονός που εντείνει το ανταγωνιστικό μειονέκτημά τους. Γι' αυτόν τον λόγο, η εφαρμογή προγραμμάτων «Ψηφιακής Σύγκλισης Μικρού Εμπορίου» θα μπορούσε να συμβάλει ουσιαστικά στη γεφύρωση του ψηφιακού χάσματος. Ωστόσο, η αποτελεσματικότητα τέτοιων παρεμβάσεων δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την επιδότηση για τεχνολογικό εξοπλισμό, αλλά, κυρίως, από την παροχή εξειδικευμένης συμβουλευτικής υποστήριξης, υπηρεσιών mentoring και μηχανισμών τεχνογνωσίας που θα επιτρέψουν στις μικρές επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν ουσιαστικά τα ψηφιακά εργαλεία. Παράλληλα, η ανάπτυξη συνεργατικών σχηματισμών και κοινών ψηφιακών πλατφορμών, σε τοπικό επίπεδο, όπως τα Open Malls, μπορεί να δημιουργήσει οικονομίες κλίμακας και να ενισχύσει τη συλλογική ανταγωνιστικότητα των μικρών εμπορικών μονάδων απέναντι στις διεθνείς πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου. Μέσα από τέτοιες συλλογικές πρωτοβουλίες, οι μικρές επιχειρήσεις θα έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν μεγαλύτερη ψηφιακή προβολή, βελτιωμένη πρόσβαση στις αγορές και αυξημένες δυνατότητες προσαρμογής στις νέες καταναλωτικές τάσεις.