



ΙΝ.ΕΜ.Υ. - ΕΣΕΕ

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΗΣ ΕΣΣΕ

Έρευνα

*«Η εξέλιξη του επιπέδου των τιμών στην
ελληνική οικονομία»*

Αθήνα, Αύγουστος 2013

Περιεχόμενα

Κεφάλαιο 1 ^ο : Εξελίξεις στο επίπεδο τιμών στην ελληνική οικονομία.....	4
Κεφάλαιο 2 ^ο : Εξέλιξη του επιπέδου των τιμών των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων στο κλάδο της Ένδυσης-Υπόδησης και Τροφίμων	9
2.1 Εξέλιξη επιπέδου τιμών στον κλάδο Ένδυσης - Υπόδησης.....	9
2.1.1 Οι τιμές στον κλάδο Ένδυσης και Υπόδησης σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ ...	9
2.1.2 Η μεταβολή του επιπέδου των τιμών στα είδη Ένδυσης και Υπόδησης στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις	10
2.2 Εξελίξεις στον κλάδο των Τροφίμων και στην ελληνική οικονομία.....	15
2.2.1 Οι εξελίξεις των τιμών στον κλάδο των τροφίμων σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ	17
2.2.2 Η μεταβολή του επιπέδου των τιμών στα τρόφιμα στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις (mini-markets).....	22
2.2.3 Επίπεδο των τιμών στα τρόφιμα σε σχέση με την Ε.Ε.-27 & Ε.Ε.17	24
Κεφάλαιο 3 ^ο : Συμπεράσματα για τον προσδιορισμό των τιμών στην ελληνική αγορά.....	27
ΕΠΙΜΕΤΡΟ: Πιθανές επιπτώσεις στο επίπεδο των τιμών από το κλείσιμο των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων: Υποθέσεις εργασίας.....	30

Προλογικό σημείωμα

Η ανά χείρας έκδοση έχει ως θέμα τη διερεύνηση των εξελίξεων στο επίπεδο τιμών στην ελληνική οικονομία και επικεντρώνεται στους κλάδους της ένδυσης-υπόδησης και των τροφίμων με έμφαση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Πρόκειται για μία έρευνα η οποία βασίζεται αφενός στη μελέτη των δευτερογενών δημοσιευμένων στοιχείων της ΕΛ.ΣΤΑΤ. και της Τράπεζας της Ελλάδος και αφετέρου σε πρωτογενή έρευνα του INEMY-ΕΣΕΕ. Αφορμή για τη διενέργεια της έρευνας στάθηκε η γενική διαπίστωση της ακαμψίας των τιμών, παρά την οικονομική ύφεση.

Η έρευνα μπορεί να χαρακτηριστεί από ιδιαίτερη πρωτοτυπία αφού διενεργήθηκε με τη διενέργεια τιμοληψίας σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις (κύκλος εργασιών <200.000 ευρώ) με τη χρήση ερωτηματολογίων βασισμένων στη δομή αυτών της ΕΛ.ΣΤΑΤ. Για τον υπολογισμό των μεταβολών των τιμών χρησιμοποιήθηκε ο γεωμετρικός μέσος ώστε τα αποτελέσματα να μην επηρεάζονται από το μέγεθος των τιμών, μεθοδολογία που χρησιμοποιεί και η ΕΛ.ΣΤΑΤ. Το μέγεθος του συνολικού δείγματος ξεπέρασε τις 100 επιχειρήσεις, όλες στην Αθήνα.

Τον συντονισμό της έρευνας είχε ο αναπλ. καθηγητής του Οικονομικού Τμήματος του Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών κ. Νίκος Θεοχαράκης, σε συνεργασία με την διευθύντρια του INEMY-ΕΣΕΕ επικ. καθηγήτρια κ. Βάλια Αρανίτου. Για την εκπόνηση της έρευνας εργάστηκε η ομάδα οικονομικής και στατιστικής ανάλυσης και τεκμηρίωσης του INEMY-ΕΣΕΕ, Χαράλαμπος Αράχωβας, Δήμητρα Γούναρη, Νίκος Γεωργοκόστας και Παναγιώτης Κολοκυθάς.

Κεφάλαιο 1ο: Εξελίξεις στο επίπεδο τιμών στην ελληνική οικονομία

Η ελληνική οικονομία διήλθε το πέμπτο συναπτό έτος ύφεσης, ενώ οι προβλέψεις για τις εξελίξεις το 2013 δεν είναι ευσίωνες.¹ Πιο συγκεκριμένα, αναμένεται περαιτέρω συρρίκνωση του ΑΕΠ, με τις συνολικές απώλειές του, κατά την περίοδο 2008-2012, να υπερβαίνουν τα 40 δισ. ευρώ (σε σταθερές τιμές), στοιχείο που ισοδυναμεί με μία απώλεια της αξίας της παραγωγής της τάξης του 20%, σε σχέση με το 2008 (στοιχεία Eurostat). Παρά τα επώδυνα μέτρα, το έλλειμμα της γενικής κυβέρνησης για το 2012, διορθωμένο ως προς την καθαρή κρατική υποστήριξη προς τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, εκτιμάται στο 6,0% του ΑΕΠ και το χρέος στο 156,9%² ενώ για το 2013 το ΜΠΔΣ προβλέπει έλλειμμα 4,3%. Το χρέος για το ίδιο έτος αναμένεται να ανέλθει στο 173,8% του ΑΕΠ (ΤτΕ). Παρά τη θετική μεταβολή της εικόνας της χώρας διεθνώς, η Ελλάδα δεν έχει ακόμη ανακτήσει την εμπιστοσύνη των αγορών. Επιπρόσθετα, η συνεχής ύφεση και διογκούμενη ανεργία, η οποία διαμορφώθηκε το πρώτο τρίμηνο 2013 σε 27,4%, ποσοστό που ισοδυναμεί με 948.690 περισσότερους ανέργους σε σχέση με τον αντίστοιχο τρίμηνο του 2008 και το Μάιο σε 27,6%, ποσοστό που αντιστοιχεί σε 1.056.311 περισσότερους ανέργους σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2008 (Στοιχεία ΕΛ.ΣΤΑΤ.), συρρικνώνει ακόμη περισσότερο τη καταναλωτική ζήτηση. Επομένως, η προσαρμογή της οικονομίας στις νέες συνθήκες, την οποία εκτιμούσε η Τρόικα ότι θα πραγματοποιηθεί από τις αρχές του 2012 όχι μόνο δεν έχει επιβεβαιωθεί, αλλά ούτε φαίνεται ότι είναι δυνατόν να αποτυπωθεί στην πραγματική οικονομία στο άμεσο μέλλον.

Στο πλαίσιο αυτό ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα καταγράφεται **στο πεδίο των τιμών, δεδομένου ότι** ο πληθωρισμός σωρευτικά την περίοδο 2010 – 2012 διαμορφώθηκε σε 4,9%, κινούμενος σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από τις επίσημες προβλέψεις. Και αυτό παρά το γεγονός ότι βασική συνιστώσα του προγράμματος δημοσιονομικής προσαρμογής αποτελούσε η πρόβλεψη ότι η εσωτερική υποτίμηση θα οδηγούσε παράλληλα σε υποχώρηση του γενικού επιπέδου των τιμών. Ωστόσο, σύμφωνα με διάφορες έρευνες που διεξάγονται κατά καιρούς, οι τιμές πολλών προϊόντων και υπηρεσιών όχι μόνο δεν

¹ Έκθεση Διοικητή της Τραπέζης της Ελλάδος για το 2012, Φεβρουάριος 2013.
IOBE: Η ελληνική οικονομία, Τριμηνιαία έκθεση, αρ. τεύχους 71, Απρίλιος 2013.
Προβλέψεις Eurostat στην ιστοσελίδα:
http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_gdp_k&lang=en.

Προβλέψεις ΔΝΤ (World Economic Outlook: Hopes, Reality, Risks, April 2013).
² Έκθεση Νομισματικής Πολιτικής 2012-2013, Τράπεζα της Ελλάδος, Μάιος 2013.

μειώνονται αλλά παρουσιάζουν μεγάλες αποκλίσεις σε σχέση με άλλες χώρες, ακόμα και όταν η σύγκριση γίνεται με κράτη που βρίσκονται επίσης υπό καθεστώς δημοσιονομικής προσαρμογής και έντονης λιτότητας. Επίσης, ακόμη και στις περιπτώσεις όπου παρατηρείται πτώση των τιμών, αυτή δεν είναι ανάλογη του μεγέθους που αναμενόταν με βάση τη διάρκεια και την ένταση της ύφεσης.

Ενδεικτικό της εξέλιξης αυτής είναι ότι από τον Μάρτιο του 2013 μέχρι και τον Ιούλιο σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ καταγράφεται ήπιος αποπληθωρισμός-περίπου μισή ποσοστιαία μονάδα κάθε μήνα- μάλιστα για πρώτη φορά από το Μάιο του 1968. Για να έχει όμως η υποχώρηση αυτή ουσιαστική επίπτωση στο επίπεδο των τιμών της πραγματικής οικονομίας, θα πρέπει να συνεχιστεί σε βάθος χρόνου, αφού οριακές και αποσπασματικές μεταβολές του Δείκτη σε ένα υψηλό επίπεδο τιμών δεν επιφέρουν αποκλιμάκωση που να γίνεται αισθητά αντιληπτή από τους καταναλωτές. Ωστόσο, ο αποπληθωρισμός δεν είναι πανάκεια καθώς η πίεση από την οικονομική ύφεση, την άνοδο της ανεργίας και την πτώση εισοδήματος και κατανάλωσης φαίνεται να παγιώνεται, γεγονός που οδηγεί σε συρρίκνωση των επενδύσεων αλλά και του περιθωρίου κέρδους των επιχειρήσεων, παρασύροντας καθοδικά την προσφορά, καθώς και σε περαιτέρω διόγκωση των πραγματικών επιτοκίων.

Μια άλλη παράμετρος είναι ότι ο ρυθμός μεταβολής του επιπέδου των τιμών και δεν εξετάζει το γεγονός αν οι τιμές είναι υψηλές ή χαμηλές. Ο ΔΤΚ δεν δηλώνει πόσο ακριβή ή όχι είναι μία χώρα ή ένας κλάδος της αλλά ποιος είναι ο ρυθμός μεταβολής του επιπέδου των τιμών. Έτσι, όταν διερευνάται η εξέλιξη των τιμών σε δύο χώρες, αυτή που παρουσιάζει την υψηλότερη μεταβολή του ΔΤΚ δεν είναι απαραίτητα η πιο ακριβή αλλά εκείνη όπου οι τιμές έχουν αυξηθεί με ταχύτερο ρυθμό.

Η προβληματική της έρευνας

Η αφορμή για την διενέργεια της εν λόγω έρευνας από το INEMY αποτέλεσε η προαναφερθείσα καταγεγραμμένη αύξηση των τιμών, όπως περιγράφεται επίσημα από την Ελληνική Στατιστική Αρχή, ιδίως στον κλάδο ένδυσης και υπόδησης, η οποία έρχεται σε αντίθεση με το γενικότερο κλίμα το οποίο επικρατεί στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Στη συνέχεια η έρευνα επεκτάθηκε και σε ένα δεύτερο κομβικής σημασίας κλάδο όπως τα τρόφιμα, ο οποίος εξ

ορισμού εμφανίζει διαφορετικά χαρακτηριστικά και χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης, και στον οποίο επίσης καταγράφηκε άνοδος του επιπέδου τιμών.

Τα βασικά ερευνητικά ερωτήματα διαμορφώθηκαν ως εξής:

- ✓ **Ποιοι είναι οι βασικοί λόγοι για τους οποίους οι τιμές παραμένουν υψηλές;**
- ✓ **Ποιος είναι ο βαθμός προσαρμογής των μικρών επιχειρήσεων στην μειωμένη καταναλωτική ζήτηση σε συγκεκριμένους υποκλάδους του εμπορίου (ένδυση - υπόδηση και τρόφιμα);**
- ✓ **Ποιοι είναι οι πιθανοί προσδιοριστικοί παράγοντες καθορισμού των τελικών τιμών των αγαθών;**

Στην προσπάθεια να διερευνηθούν τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα σε πρώτη φάση πραγματοποιήθηκε ανάλυση της μεθοδολογίας της ΕΛΣΤΑΤ για την διενέργεια της έρευνας του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή. Η ανάλυση της μεθοδολογίας που έχει υιοθετήσει η ΕΛ.ΣΤΑΤ οδήγησε στις εξής διαπιστώσεις:

- Για τον υπολογισμό του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή στους κλάδους ένδυσης και υπόδησης, οι τιμές προέρχονται κυρίως από μεγάλες επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών άνω των 200.000 ευρώ. Το γεγονός αυτό στην ουσία εξαιρεί τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα να μην ενσωματώνει ένα σημαντικό ποσοστό του συνολικού ετήσιου κύκλου εργασιών (περίπου 35%). Παράλληλα τίθεται στο περιθώριο εκείνο το τμήμα των καταναλωτών που προφανώς δεν έχει τη δυνατότητα, είτε λόγω χρημάτων είτε λόγω απόστασης, να έχει πρόσβαση στις επιλεγθείσες από την ΕΛ.ΣΤΑΤ. μεγάλες επιχειρήσεις.

- Ο ΔΤΚ (δείκτης Laspeyres) υπολογίζεται με βάση ένα αμετάβλητο, για αρκετό χρονικό διάστημα, καλάθι αγαθών και έτσι δεν ενσωματώνει πληροφορίες για τη μεταβολή της σύνθεσης της κατανάλωσης. Η οικονομική ύφεση οδήγησε σε σημαντικές μεταβολές στο μέγεθος αλλά και στη σύνθεση της κατανάλωσης των ελληνικών νοικοκυριών οι οποίες, παρά την αναθεώρηση του δείκτη για το 2009, δεν είναι δυνατόν να αποτυπωθούν. Ειδικότερα, παρατηρείται αύξηση του ενδιαφέροντος των νοικοκυριών για προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία προσφέρονται σε ελκυστικές τιμές, αλλά και μία γενικότερη στροφή των καταναλωτών σε καταστήματα που διαθέτουν χαμηλής ποιότητας εμπορεύματα. Μεγάλη μερίδα του καταναλωτικού κοινού, έχοντας πληγεί από την οικονομική κρίση που

άρχισε να γίνεται αισθητή στην Ελλάδα κυρίως από το 2010 και μετά, επιλέγει οικονομικότερες λύσεις προκειμένου να εξασφαλίσει την επιβίωσή του, αδιαφορώντας πολλές φορές για την ποιότητα των προϊόντων που αγοράζει. Αυτό το τμήμα των καταναλωτών, που αυξάνεται ολοένα και περισσότερο καθώς βαθαίνει η κρίση και διογκώνεται η ανεργία, σηματοδοτεί στην ουσία την αλλαγή του «καλαθιού της νοικοκυράς», την οποία ο Γενικός Δείκτης Τιμών Καταναλωτή αδυνατεί να προβεί στην έγκαιρη ενσωμάτωση και ανάλυσή του.

- Η τιμοληψία που εφαρμόζει η ΕΛ.ΣΤΑΤ. στις επιχειρήσεις που αποτελούν το δείγμα της έρευνας, στηρίζεται αποκλειστικά και μόνο **στις αναγραφόμενες τιμές των προϊόντων** που εντοπίζονται στα ράφια των καταστημάτων, όσον αφορά στη κατηγορία της Ένδυσης και Υπόδησης, μη λαμβάνοντας υπόψη όμως τις εκπτώσεις που λαμβάνουν χώρα στο ταμείο του καταστήματος. Από επιστημονικής άποψης, η μεθοδολογία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής είναι σωστή και η πλέον ενδεδειγμένη. Ωστόσο, δεν θα πρέπει να παραβλέπεται το γεγονός πως η διαπραγμάτευση της τιμής στο ταμείο, κυρίως στις μικρού μεγέθους εμπορικές επιχειρήσεις, αποτελεί στην ουσία τον κανόνα, με αποτέλεσμα να παρατηρείται απόκλιση στο αναγραφόμενο ποσό της βιτρίνας και σε αυτό που τελικά πληρώνει ο καταναλωτής. Το τελευταίο μπορεί να αποτελέσει επιχείρημα στο ότι οι τιμές πέφτουν περισσότερο απ' ό,τι καταγράφεται από την ΕΛΣΤΑΤ.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, κρίθηκε απολύτως αναγκαία η διενέργεια πρωτογενούς έρευνας από το INEMY καταγραφής των τιμών των προϊόντων σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις (με τζίρο κάτω των 200.000 ευρώ), οι οποίες συνήθως δεν συμπεριλαμβάνονται στην τιμοληψία της ΕΛΣΤΑΤ. Με δεδομένο ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν μεγαλύτερα προβλήματα ρευστότητας σε σχέση με τις μεγάλες, ενδέχεται να προβαίνουν σε μεγαλύτερες μειώσεις τιμών σε σχέση με τις τελευταίες, υπόθεση την οποία θα διερευνήσει η παρούσα έρευνα του IN.EM.Y. της ΕΣΣΕ.

Σκοπός της έρευνας είναι επομένως η έγκυρη αποτύπωση των απόλυτων τιμών των αγαθών, ενώ παράλληλα θα επιχειρηθεί να απαντηθεί εάν το μέγεθος της επιχείρησης επηρεάζει το τελικό ύψος των τιμών. Αναλυτικότερα, η έρευνα επικεντρώθηκε στους δύο κατεξοχήν υποκλάδους του λιανικού, την ένδυση και την υπόδηση, ενώ κατέγραψε με μεθοδικότητα τις απόλυτες τιμές αγαθών ευρείας κατανάλωσης όπως και το ρυθμό μεταβολής

τους. Επιπλέον, τιμοληψία πραγματοποιήθηκε και σε μικρά καταστήματα τροφίμων (mini markets). Η διαφορά με την έρευνα της ΕΛ.ΣΤΑΤ έγκειται στο γεγονός ότι στο δείγμα περιλαμβάνονται μόνο οι μικρές εμπορικές επιχειρήσεις, όσες δηλαδή παρουσιάζουν κύκλο εργασιών μικρότερο των 200.000 ευρώ και δεν περιλαμβάνονται στη δειγματοληψία της ΕΛ.ΣΤΑΤ. Το ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε κατόπιν συναντήσεων και συζητήσεων με εκπροσώπους των μεγαλύτερων επιχειρήσεων λιανικής των συγκεκριμένων υποκλάδων που γνωρίζουν καλά τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά, στα πρότυπα του αντίστοιχου ερωτηματολογίου της ΕΛ.ΣΤΑΤ, ενώ πολύτιμη ήταν και η συνεισφορά των ιδιοκτητών εμπορικών επιχειρήσεων λιανικής των συγκεκριμένων υποκλάδων, οι οποίοι είχαν πλήρη επίγνωση των συνθηκών που επικρατούν στην αγορά.

Κεφάλαιο 2ο: Εξέλιξη του επιπέδου των τιμών των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων στο κλάδο της Ένδυσης-Υπόδησης και Τροφίμων

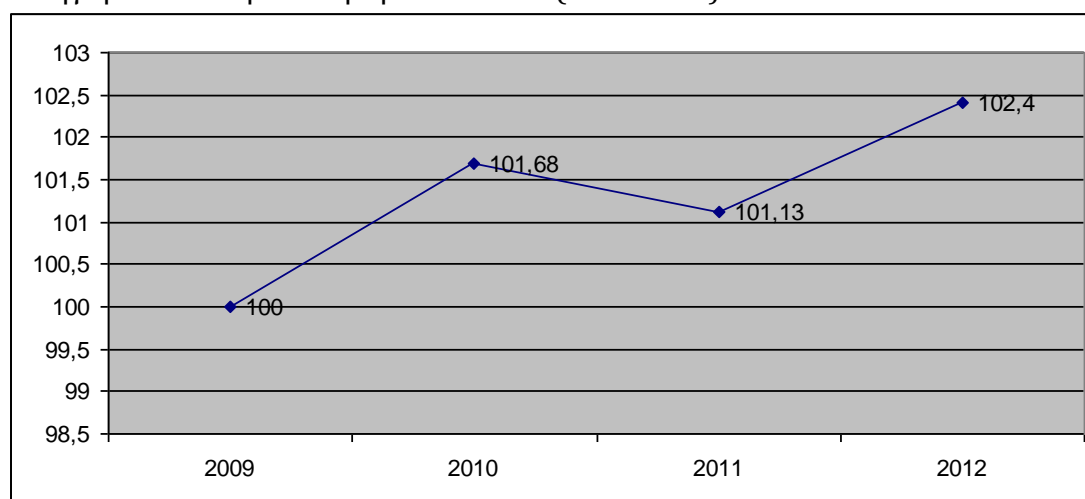
2.1 Εξέλιξη επιπέδου τιμών στον κλάδο Ένδυσης - Υπόδησης

Ο κλάδος ένδυσης και υπόδησης στο λιανικό εμπόριο αποτελείται από εμπορικές επιχειρήσεις διαφορετικού μεγέθους, νομικής μορφής και τύπου καταστήματος, οι οποίες συγκεντρώνουν το 16,7% των εμπορικών επιχειρήσεων στη χώρα. Το ποσοστό συγκέντρωσης των επιχειρήσεων ένδυσης και υπόδησης αποτελεί μαζί με τις επιχειρήσεις λιανικής τροφίμων, το μεγαλύτερο σε σύγκριση με όλες τις άλλες κατηγορίες υποκλάδων. Στην παράγραφο 2.1.1 παρουσιάζεται η εξέλιξη του επιπέδου τιμών στον κλάδο σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ και στη συνέχεια θα αναλυθούν τα αποτελέσματα της τιμοληψίας στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις όπως διενεργήθηκε από το ΙΝ.ΕΜ.Υ.

2.1.1 Οι τιμές στον κλάδο Ένδυσης και Υπόδησης σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή αποτυπώνει τη διαχρονική μεταβολή του επιπέδου των τιμών με την έκδοση, σε μηνιαία βάση, του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή για το σύνολο της οικονομίας αλλά και για τις επιμέρους κατηγορίες αγαθών.

Διάγραμμα 1: Μέσος ετήσιος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) για την κατηγορία ένδυση-υπόδηση 2009-2012 (2009=100)



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Σύμφωνα πάντα με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ, ο μέσος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή για την κατηγορία «Ένδυση – Υπόδηση» κατά τη διάρκεια της τριετίας 2010-2012, εμφάνισε αρχικά μείωση με αποτέλεσμα να διαμορφωθεί από τις **101,68** μονάδες το 2010 στις **101,13** μονάδες το έτος **2011** ενώ για το έτος **2012** ανήλθε στις **102,40** αυξανόμενος κατά **1,27%** σε σχέση με το 2011. Η σωρευτική μεταβολή του εν λόγω δείκτη για την τριετία 2010-2012 κυμαίνεται στο **0,71%**.

Πίνακας 1: Ποσοστιαία μεταβολή κύκλου εργασιών (2010-2012)

	2010/2009	2011/2010	2012/2011
Ποσοστιαία μεταβολή κύκλου εργασιών λιανικού εμπορίου ένδυσης - υπόδησης	-10,5%	-19,8%	-19,6%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΕΕ

Η σωρευτική υποχώρηση του κύκλου εργασιών την περίοδο 2010 – 2012 όπως παρουσιάζεται στον Πίνακα 1, ανήλθε σε 35,5%. Θα πρέπει να υπογραμμιστεί ότι ο τζίρος που καταγράφεται και η μεταβολή του από την ΕΛΣΤΑΤ αναφέρεται όπως, και στην έρευνα των τιμών, σε επιχειρήσεις με τζίρο άνω των 200.000 ευρώ. Έτσι λοιπόν, φαίνεται ότι οι συγκεκριμένες εμπορικές επιχειρήσεις δέχονται, όπως ήταν αναμενόμενο, ισχυρές πιέσεις από την οικονομική ύφεση στον κύκλο εργασιών τους αλλά οι τιμές των προϊόντων που διαθέτουν παρουσιάζουν, έστω μικρές, αυξητικές τάσεις.

2.1.2 Η μεταβολή του επιπέδου των τιμών στα είδη Ένδυσης και Υπόδησης στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις

Τα αποτελέσματα της έρευνας του INEMY-ΕΣΕΕ σχετικά με τις μεταβολές του επιπέδου των τιμών σε συγκεκριμένα είδη ένδυσης-υπόδησης, αναφέρονται αποκλειστικά στις εμπορικές επιχειρήσεις με τζίρο κάτω των 200.000 ευρώ που δραστηριοποιούνται στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας (κέντρο της Αθήνας, Πειραιάς, Κορυδαλλός, Νέα Ιωνία, Περιστερί, Χαλάνδρι, Μαρούσι, Καλλιθέα και Δάφνη). Σε όλα ανεξαιρέτως τα είδη, οι τιμές υποχωρούν σε ετήσια βάση κατά τη διάρκεια της περιόδου 2010-2012, γεγονός που επιβεβαιώνει τις θέσεις των μικρομεσαίων εμπόρων περί συρρίκνωσης του περιθωρίου κέρδους τους και

συμπίεσης της τιμής διάθεσης του προϊόντος στον τελικό καταναλωτή (Πίνακες 2 και 3).

Πίνακας 2: Ποσοστιαία (%) μεταβολή επιπέδου τιμών στον κλάδο ένδυσης-υπόδησης σε επιχειρήσεις με ΚΕ < 200.000 ευρώ στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας

Είδος ένδυσης-υπόδησης/ Περίοδος	2011 (ΑΤ)-2012 (ΑΤ)	2010 (ΑΤ)-2011 (ΑΤ)	Σωρευτικά 2010 (ΑΤ)-2012 (ΑΤ)
Ένδυση	-22,0	-9,4	-29,4
Παιδική Ένδυση	-9,1	-7,9	-16,3
Ανδρική Ένδυση	-23,0	-6,3	-27,9
Γυναικεία Ένδυση	-24,5	-12,7	-34,1
Εσώρουχα	-18,2	-7,7	-24,6
Υπόδηση	-17,1	-5,9	-22,0
Παιδικό υπόδημα	-16,6	-3,7	-19,7
Ανδρικό Υπόδημα	-19,8	-7,4	-25,8
Γυναικείο Υπόδημα	-16,5	-6,3	-21,8
Ένδυση-Υπόδηση	-21,3	-8,9	-28,2

Πηγή: Έρευνα INEMY-ΕΣΕΕ

Οι τιμές του Πίνακα 2 αναφέρονται στον τομέα Ένδυσης και Υπόδησης την περίοδο 2010-2012 και έχουν προκύψει από πρωτογενή έρευνα (τιμοληψία). Ως αρχικές τιμές (ΑΤ) θεωρούνται εκείνες που παρουσιάζονται στο καρτελάκι του προϊόντος ή στη βιτρίνα του καταστήματος.

Πίνακας 3: Ποσοστιαία (%) μεταβολή επιπέδου αρχικών τιμών (ΑΤ) και πραγματικών τελικών τιμών (ΠΤΤ) στον τομέα Ένδυσης-Υπόδησης ανά είδος ένδυσης την περίοδο 2010-2012

Είδος ένδυσης/ Περίοδος	2011 (ΑΤ)- 2012 (ΠΤΤ)	2011 (ΠΤΤ) 2012 (ΠΤΤ)	2012 (ΑΤ)- 2012 (ΠΤΤ)	2011 (ΑΤ)- 2011 (ΠΤΤ)	Σωρευτικά 2010 (ΑΤ)-2012 (ΠΤΤ)
Ένδυση	-31,7	-23,5	-12,4	-10,7	-38,1
Παιδική Ένδυση	-15,6	-9,4	-7,2	-6,9	-22,3
Ανδρική Ένδυση	-34,5	-27,3	-14,9	-9,9	-38,6
Γυναικεία Ένδυση	-33,5	-24,7	-11,8	-11,7	-41,9
Εσώρουχα	-27,1	-18,5	-10,8	-10,5	-32,7
Υπόδηση	-24,8	-20,1	-9,3	-5,9	-29,3
Παιδικό υπόδημα	-31,4	-21,8	-17,7	-12,2	-33,9
Ανδρικό Υπόδημα	-25,7	-21,2	-7,3	-5,6	-31,2
Γυναικείο Υπόδημα	-21,9	-19,2	-6,5	-3,4	-26,9
Ένδυση-Υπόδηση	-30,6	-23,0	-11,9	-9,9	-36,8

Πηγή: Έρευνα INEMY-ΕΣΕΕ

Ο Πίνακας 3 παρουσιάζει τις ποσοστιαίες μεταβολές του επιπέδου των τιμών λαμβάνοντας υπόψη και την πραγματική τελική τιμή (ΠΤΤ), δηλαδή την τιμή που τελικά καταβάλλουν οι καταναλωτές στο ταμείο, αφού έχει προηγηθεί η σχετική διαπραγμάτευση («παζάρεμα»).

Αναφορικά με τον τζίρο των μικρών αυτών επιχειρήσεων είναι πολύ δύσκολο να εκτιμηθεί ακριβώς διότι δεν υπάρχει επίσημη καταγραφή. Παρ όλα αυτά, οι πρωτογενείς έρευνες του INEMY, δείχνουν ότι στο σύνολο του λιανικού εμπορίου οι μικρές επιχειρήσεις παρουσίασαν μείωση τζίρου της τάξης του 55% συσσωρευτικά από το 2009 έως σήμερα ενώ η εκτίμηση για το 2013 κάνει λόγο

για απώλειες τζίρου ύψους 30%. Σε αυτή την περίπτωση, και σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα της τιμοληψίας του INEMY, αναδεικνύεται έντονα η προσαρμογή της τιμολογιακής πολιτικής των μικρών επιχειρήσεων στις αυξανόμενες πιέσεις του τζίρου τους, επιβεβαιώνοντας τις υποθέσεις εργασίας.

Συμπεράσματα της διαμόρφωση των τιμών στις επιχειρήσεις ένδυσης/υπόδησης με τζίρο κάτω των 200.000 ευρώ:

**οι μικρές επιχειρήσεις μειώνουν ευκολότερα και περισσότερο
τις τιμές
οι μεγάλες παρουσιάζουν ακαμψία
και,
ενώ μπορούν, δεν τις μειώνουν όσο πρέπει.**

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει μεγάλη υποχώρηση των τιμών στον τομέα ένδυσης και υπόδησης στα καταστήματα μικρού μεγέθους, τάση η οποία ενισχύεται ακόμη περισσότερο αν ληφθεί υπόψη η διαμόρφωση της τιμής κατόπιν σχετικής διαπραγμάτευσης. Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας της ΕΣΕΕ στον τομέα της ένδυσης και υπόδησης μπορούν να συνοψιστούν ως εξής:

- ✓ Οι τιμές σε προϊόντα ένδυσης και υπόδησης το 2012 έχουν υποχωρήσει σε αξιοσημείωτο βαθμό σε σχέση με το 2011 (-21,3%).
- ✓ Η τελική τιμή πώλησης του αγαθού διαφέρει σε σημαντικό βαθμό από την αναγραφόμενη τιμή αφού ο καταναλωτής δεν αγοράζει πλέον εάν δεν επιτύχει πρώτα περαιτέρω μείωση στην τιμή (τιμή ταμείου κατόπιν διαπραγμάτευσης). Η σύγκριση μεταξύ της τιμής ταμείου (αναγραφόμενης) του 2012 και του 2011 αναδεικνύει την μεγάλη πτώση των τιμών.
- ✓ Σε σχέση με το 2011 η διαπραγμάτευση (το παζάρι) της τιμής έχει λάβει σχεδόν καθολικό χαρακτήρα, ακόμα και σε προϊόντα με εξαιρετικά χαμηλές τιμές. (π.χ. αξίας 3 ευρώ). Μάλιστα ακόμη και στη νέα χαμηλότερη τιμή που πετυχαίνουν οι καταναλωτές κατόπιν διαπραγμάτευσης (παζάρι) ζητούν απόδειξη.

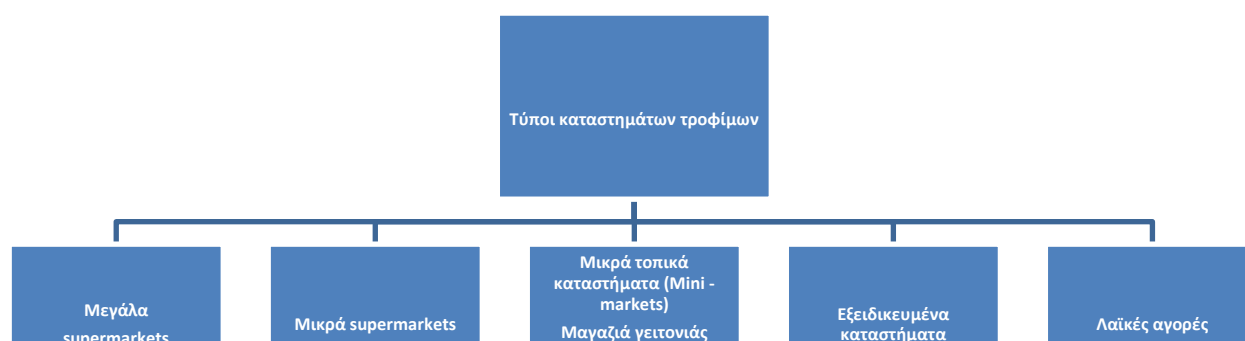
- ✓ Η επιβολή μιας σειράς νέων φόρων στις επιχειρήσεις επιδείνωσε σε σημαντικό βαθμό τα αποτελέσματά τους. Παρά την πίεση όμως, οι επιχειρήσεις προσπάθησαν όχι μόνο να απορροφήσουν τις αυξήσεις των τιμών αλλά και να ελαττώσουν τις τιμές τους, ώστε να διατηρήσουν, μέρος έστω, του κύκλου εργασιών τους.
- ✓ Στις περισσότερες περιπτώσεις οι έμποροι προχωρούν σε ειδικές προσφορές με πολύ χαμηλές τιμές οι οποίες, όσο περνάει ο καιρός και βαθαίνει η κρίση, τείνουν να γίνουν μόνιμος τρόπος προσέλκυσης πελατών.
- ✓ Η σωρευτική συρρίκνωση του κύκλου εργασιών των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων για την περίοδο 2010 -2012, κυμαίνεται μεταξύ 40%-60%, σύμφωνα με δηλώσεις των επιχειρηματιών, με κυριότερη αιτία της εν λόγω εξέλιξης τη μείωση του διαθέσιμου πραγματικού εισοδήματος των καταναλωτών, μία παράμετρος η οποία βρίσκεται σε άμεση συνάρτηση με την περικοπή των εορταστικών δώρων στο δημόσιο τομέα. Δευτερευούσης σημασίας αλλά εξίσου σημαντικοί παράγοντες για την κατακόρυφη πτώση του τζίρου των επιχειρήσεων αποτελούν η αβεβαιότητα αναφορικά με τις μελλοντικές οικονομικές εξελίξεις καθώς επίσης η έλλειψη ρευστότητας και η διακοπή πίστωσης από τους προμηθευτές, οι οποίοι πλέον επιθυμούν την εκ των προτέρων και εις ολόκληρον πληρωμή του εμπορεύματος.
- ✓ Οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, όχι μόνο έχουν απορροφήσει τον Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ) αλλά παράλληλα έχουν μειώσει το περιθώριο κέρδος τους προκειμένου να προσελκύσουν τους καταναλωτές, να συγκρατήσουν την πτώση του κύκλου εργασιών τους και τελικά να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες φορολογικές υποχρεώσεις, την στιγμή που το κόστος κτήσης-προμήθειας των προϊόντων τους παραμένει σταθερά υψηλό.
- ✓ Εξαιρετικό ενδιαφέρον παρουσιάζει η διερεύνηση του κατά πόσο είναι σε θέση τελικά οι μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις να επιτύχουν χαμηλό κόστος προμήθειας των προϊόντων τους (χονδρικές τιμές) ώστε με τη σειρά τους να έχουν τη δυνατότητα διαμόρφωσης χαμηλότερων τιμών στον τελικό καταναλωτή (λιανικές τιμές).

2.2 Εξελίξεις στον κλάδο των Τροφίμων και στην ελληνική οικονομία

Για την παρουσίαση της εξέλιξης του επιπέδου τιμών στον κλάδο των τροφίμων κρίθηκε απαραίτητη μία περιγραφή της διάρθρωσης του κλάδου λόγω των ποικίλων σημείων διανομής προς τους καταναλωτές και λόγω του γεγονότος ότι τα τρόφιμα αποτελούν αγαθά πρώτης ανάγκης και άρα χαρακτηρίζονται από ανελαστική ζήτηση.

Στον κλάδο των τροφίμων οι καταναλωτές μπορούν να προμηθευτούν τα προϊόντα μέσα από πέντε σημεία λιανικής πώλησης: **α)** Μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων (μεγάλα supermarkets), **β)** μικρότερα καταστήματα τροφίμων με λίγα υποκαταστήματα (μικρά supermarkets), **γ)** Μικρά τοπικά καταστήματα τροφίμων (ψιλικατζίδικα-mini-markets), **δ)** Εξειδικευμένα καταστήματα (μανάβικα, κρεοπωλεία, ψαράδικα) και **ε)** τοπικές λαϊκές αγορές (Διάγραμμα 2).

Διάγραμμα 2: Σημεία διανομής τροφίμων στους καταναλωτές



Τα χαρακτηριστικά για κάθε ομάδα λιανικής πώλησης διαφέρουν σημαντικά τόσο ως προς τον αριθμό και το μέγεθος όσο και ως προς την οργάνωση και τη δομή λειτουργίας (Πίνακας 4). Όλες όμως οι ομάδες αποσκοπούν στην

εξυπηρέτηση του καταναλωτή αφού μεσολαβούν ώστε να καταστεί διαθέσιμο το τελικό προϊόν στον αποδέκτη του.

Πίνακας 4: Αριθμός καταστημάτων λιανεμπορίου τροφίμων, 2009

Τύποι Καταστημάτων Τροφίμων	Αριθμός καταστημάτων
Αριθμός καταστημάτων supermarket	4.400
Αριθμός καταστημάτων παντοπωλείων	25.300
Αριθμός εξειδικευμένων καταστημάτων τροφίμων και περίπτερα	27.300
Συνολικός αριθμός καταστημάτων λιανεμπορίου τροφίμων	57.000

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ και Πανόραμα supermarkets 2010

Οι εξελίξεις στη ελληνική οικονομία είναι δυσμενείς. Και για το τρέχον έτος, το έκτο κατά σειρά, εκτιμάται ότι το πραγματικό ΑΕΠ, το σύνολο δηλαδή της παραγωγής χωρίς τις επιδράσεις των τιμών, θα μειωθεί. Επίσης, εκτιμήσεις αναφέρουν πως η σωρευτική συρρίκνωση της παραγωγής από το 2008 έως και το 2013 θα ανέλθει σχεδόν στο 25%. Ελαφρώς χειρότερα εκτιμάται ότι θα διαμορφωθεί η μείωση του καθαρού διαθέσιμου εθνικού εισοδήματος, του εισοδήματος δηλαδή που απομένει στον καταναλωτή για κατανάλωση ή αποταμίευση, όπως και της κατανάλωσης (Πίνακας 5).

Πίνακας 5: Ποσοστιαίες μεταβολές βασικών μακροοικονομικών μεγεθών

Περίοδος	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	Σωρευτικά 2013/2008
ΑΕΠ	-3,1%	-4,9%	-7,1%	-6,4%	-4,4%	-23,4%
Καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα	-1,8%	-6,8%	-9,3%	-6,8%	-5,0%	-26,6%
Δαπάνες τελικής κατανάλωσης	-0,3%	-6,8%	-7,2%	-8,2%	-6,8%	-26,2%

Πηγή: Eurostat Οι μεταβολές στο ΑΕΠ και στις δαπάνες τελικής κατανάλωσης αφορούν τα πραγματικά μεγέθη ενώ στο καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα τα ονομαστικά. Τα στοιχεία για το 2013 είναι εκτίμησης

2.2.1 Οι εξελίξεις των τιμών στον κλάδο των τροφίμων σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ

Σύμφωνα με την οικονομική θεωρία, η ένταση και η διάρκεια της ύφεσης θα ωθούσε τις τιμές των προϊόντων προς τα κάτω. Η διαφορά των τροφίμων, σε σχέση με τα υπόλοιπα αγαθά εστιάζεται στο γεγονός ότι τα είδη διατροφής χαρακτηρίζονται από ανελαστική ζήτηση ως προς την τιμή και χαμηλή εισοδηματική ελαστικότητα. Για το λόγο αυτό, η αποκλιμάκωση των τιμών εξαρχής δεν αναμενόταν να είναι του ίδιου μεγέθους με τα υπόλοιπα προϊόντα.

Στην πραγματική οικονομία, η συρρίκνωση του εισοδήματος των Ελλήνων καταναλωτών επιτρέπει σε ένα ολοένα αυξανόμενο ποσοστό νοικοκυριών την κάλυψη των βασικών αναγκών (διατροφή, στέγαση, υγεία) και μόνο. Οι καταναλωτές διαμαρτύρονται αφενός για το υψηλό επίπεδο τιμών αλλά και για την ανοδική του πορεία, ιδιαίτερα στα είδη διατροφής, και σύμφωνα πάντα με τα επίσημα στατιστικά στοιχεία (Πίνακας 6). Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ, οι τιμές στα είδη διατροφής εμφανίζουν άνοδο με σταθερό ρυθμό την περίοδο 2011-2012 ενώ μόλις το τελευταίο διάστημα καταγράφηκαν μηδενικές αυξήσεις ή πολύ μικρές υποχωρήσεις. Παρόμοια είναι η εικόνα και με βάση τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Το επίπεδο τιμών των τροφίμων κινείται ανοδικά εν μέσω κρίσης, ακόμα και τους πρώτους μήνες του 2013, οπότε καταγράφονταν οριακές αυξήσεις.

Πίνακας 6: Ποσοστιαίες μεταβολές επιπέδου τιμών στα τρόφιμα

Περίοδος	2009/2008	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2013/2012	Σωρευτικά 2013/2008
Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά	3,7%	-1,8%	2,4%	2,6%	0,1%	7,2%
Τρόφιμα	3,3%	0%	5,9%	2,9%	0,4%	13,0%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος, - Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΣΕ

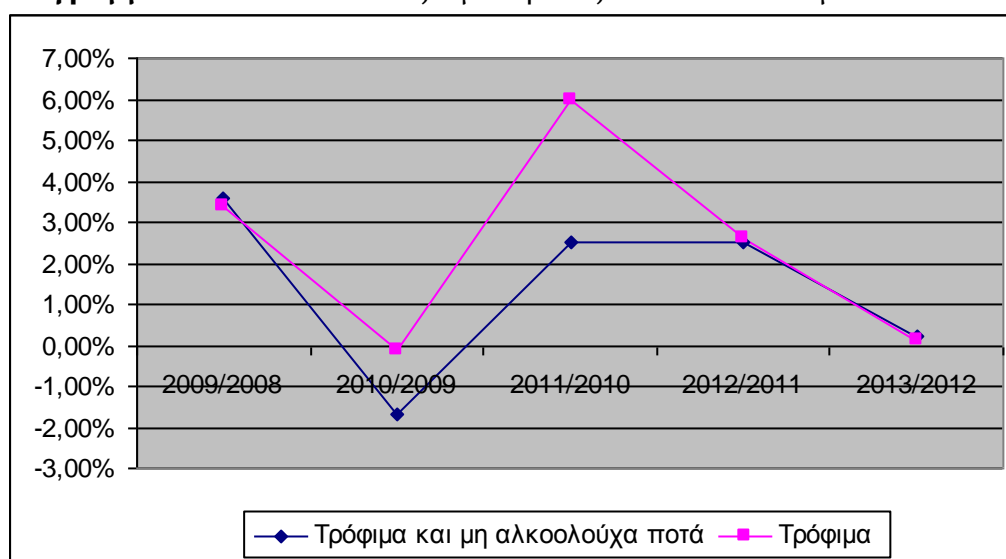
Οι μεταβολές στο επίπεδο τιμών έχουν υπολογιστεί για τους δύο πρώτους μήνες κάθε έτους (Ιανουάριο- Φεβρουάριος) ώστε να ληφθούν υπόψη και οι τιμές για το 2013. Τα στοιχεία για την κατηγορία «Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» προέρχονται από τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) της ΕΛΣΤΑΤ. Τα στοιχεία για την κατηγορία «Τρόφιμα» προέρχονται από τον Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΕνΔΤΚ) της Τράπεζας της Ελλάδος, ο οποίος περιλαμβάνει επεξεργασμένα και μη επεξεργασμένα είδη διατροφής.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να διασαφηνιστεί πως τα δεδομένα των επίσημων στατιστικών πηγών για το επίπεδο και τις μεταβολές των τιμών προέρχονται και σε αυτόν τον κλάδο όπως σε εκείνον της ένδυσης/υπόδησης κυρίως από τα

πολύ μεγάλα καταστήματα (κυρίως μεγάλα supermarkets) καθώς μεθοδολογικά ζητήματα και προϋποθέσεις όπως και πρακτικά προβλήματα καθιστούν την τιμοληψία από μικρά, τοπικά, εμπορικά καταστήματα εξαιρετικά πολύπλοκη και δαπανηρή διαδικασία.

Η εξέλιξη των ποσοστιαίων μεταβολών του επιπέδου των τιμών σύμφωνα και με τις δύο παραπάνω πηγές φαίνεται στο Διάγραμμα 3. Με εξαίρεση την περίοδο 2009-2010, οπότε οι τιμές μειώθηκαν στα τρόφιμα, το επίπεδο των τιμών είναι αυξανόμενο, αρχικά με επιταχυνόμενο και κατόπιν με επιβραδυνόμενο ρυθμό.

Διάγραμμα 3: Ποσοστιαίες μεταβολές επιπέδου τιμών στα τρόφιμα



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος, - Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΕΕ
Οι μεταβολές στο επίπεδο τιμών έχουν υπολογιστεί για τους τρεις πρώτους μήνες κάθε έτους (Ιανουάριο-Μάρτιο) ώστε να ληφθούν υπόψη και οι τιμές για το 2013.
Τα στοιχεία για την κατηγορία «Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» προέρχονται από τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) της ΕΛΣΤΑΤ. Τα στοιχεία για την κατηγορία «Τρόφιμα» προέρχονται από τον Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΕνΔΤΚ) της Τράπεζας της Ελλάδος, ο οποίος περιλαμβάνει επεξεργασμένα και μη επεξεργασμένα είδη διατροφής.

Για να υπογραμμιστεί περαιτέρω η αντίφαση της ανόδου των τιμών σε περίοδο βαθιάς ύφεσης, αρκεί να παρατεθούν οι μεταβολές των κύκλων εργασιών των καταστημάτων εμπορίας τροφίμων (Πίνακες 7, 8). Ο κύκλος εργασιών έχει συρρικνωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό σε όλους τους τύπους καταστημάτων λιανικού εμπορίου (supermarkets, mini markets, παντοπωλεία κλπ). Αξιοσημείωτο όμως είναι ότι η εξέλιξη του κύκλου εργασιών στις δεκαέξι μεγαλύτερες αλυσίδες super-market την περίοδο 2009-2011 διαφοροποιείται αφού παρουσιάζει, μικρή έστω, αύξηση (Πίνακας 9).

Πίνακας 7: Εξέλιξη κύκλου εργασιών και ποσοστιαία μεταβολή (2010-2012) σε εκ. ευρώ

	2010	2011	2012 (Εκτίμηση)
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε μη ειδικευμένα καταστήματα (Supermarket / παντοπωλεία)	15.405,8	13.196,8	11.943,1
Ποσοστιαία μεταβολή	-	-14,3%	-9,5%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΣΕ

Τα 16 μεγαλύτερα supermarkets (με τζίρο άνω των 85 εκ. ευρώ το 2011, στοιχεία ICAP) σύμφωνα με τους ισολογισμούς του 2011 είχαν κύκλο συνολικά 8.679,1 εκ. ευρώ, δηλαδή από το σύνολο του τζίρου, περίπου το 65% πραγματοποιείται από τις 16 αυτές συγκεκριμένες επιχειρήσεις. Αν ληφθεί υπόψη ότι υπάρχουν περισσότερα supermarkets από αυτά τα 16, τα οποία συγκεντρώνουν μικρότερο τζίρο, προσεγγιστικά τα supermarkets μπορούν να καλύπτουν περίπου το 80% της ζήτησης.

Πίνακας 8: Εξέλιξη κύκλου εργασιών Supermarkets, παντοπωλείων και εξειδικευμένων καταστημάτων τροφίμων(2010-2012) και ποσοστιαία μεταβολή σε εκ. ευρώ

	2010	2011	2012 (Εκτίμηση)
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε μεγάλα supermarkets	12.324,6	10.557,4	9.554,5
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε μικρά καταστήματα με ειδών διατροφής (mini-markets, παντοπωλεία)	3.081,2	2.639,4	2.388,6
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, ποτών και καπνού	6.718,1	5.754,8	4.891,6

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΣΕ

Αυτή η εξέλιξη υποκρύπτει την ύπαρξη ολιγοπωλιακών χαρακτηριστικών στην ελληνική αγορά τροφίμων. Η ετήσια αύξηση μάλιστα του κύκλου εργασιών των

δεκαέξι (16) μεγαλύτερων αλυσίδων super-markets, παρά την οικονομική ύφεση, δείχνει πως η τάση για ενίσχυση των ολιγοπωλιακών πρακτικών γίνεται εντονότερη. Δεν πρέπει να διαφύγει της προσοχής ότι η αύξηση του τζίρου των μεγάλων supermarkets συνεπάγεται αντίστοιχη μείωση του τζίρου των μικρότερων λιανεμπορικών επιχειρήσεων στην αγορά, σε μία ήδη συρρικνωμένη οικονομία.

Πίνακας 9: Ποσοστιαίες μεταβολές κύκλου εργασιών των 16 μεγαλύτερων supermarkets στην Ελλάδα και μεταβολές των άλλων τύπων καταστημάτων

Περίοδος	2010/2009	2011/2010	Σωρευτικά 2011/2009
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, ποτών και καπνού	-7,7%	-14,3%	-11 %
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε μη ειδικευμένα καταστήματα (Supermarkets / παντοπωλεία)		-14,3%	-
Κύκλος εργασιών 16 μεγαλύτερων supermarkets	0,6%	1,0%	1,6%

Πηγή: Στοιχεία Ισολογισμών, ICAP - Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΣΕ

Σύμφωνα με τα στοιχεία για το Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ-Πίνακας 10) οι τιμές σε βασικά προϊόντα έχουν αυξηθεί σωρευτικά την περίοδο 2008-2013 (πρώτο δίμηνο) περίπου κατά 6,3%. Εξαιρέση αποτελεί το νωπό-παστεριωμένο γάλα, το μεταλλικό νερό (μικρή μείωση) και κυρίως το ελαιόλαδο. Το επίπεδο των τιμών φαίνεται να συγκρατείται ή να μειώνεται κυρίως τη χρονική περίοδο 2012/2013 (στοιχεία πρώτου διμήνου). Σε γενικές γραμμές, το επίπεδο των τιμών στα τρόφιμα χαρακτηρίζεται ως ευμετάβλητο, με μεγάλο μάλιστα εύρος διακύμανσης καθώς εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Σε πολλά προϊόντα οι τιμές καθορίζονται διεθνώς ενώ η μείωση της προσφοράς πιέζει ανοδικά τις τιμές με χαρακτηριστικότερο παράδειγμα τον όγκο της παραγωγής ζάχαρης στην Ελλάδα ο οποίος περιορίζεται από ποσοστώσεις και ρυθμίσεις της ΕΕ. Εξάλλου, η Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης, αφού διέκοψε τη λειτουργία μονάδων παραγωγής, βρίσκεται πλέον σε διαδικασία πώλησης.

Την περίοδο 2008-2013 σωρευτικά τις μεγαλύτερες αυξήσεις παρουσίασαν η ζάχαρη, τα αυγά, το ρύζι και οι σοκολάτες ενώ οι χυμοί φρούτων και το αλεύρι δεν σημείωσαν μεγάλες μεταβολές. Αν και τα δεδομένα δεν επιτρέπουν την διατύπωση ασφαλών συμπερασμάτων, καταγράφονται ενδείξεις για μείωση των τιμών το πρώτο τρίμηνο του 2013. Μάλιστα οι εκτιμήσεις κάνουν λόγο για περαιτέρω υποχώρηση του επιπέδου των τιμών.

Ειδικότερα, μόνο τα αυγά κατέγραψαν σημαντική αύξηση σε σχέση με το 2012 ενώ το νωπό-παστεριωμένο γάλα, τα αναψυκτικά και η ζάχαρη σημείωσαν οριακή άνοδο (Πίνακας 10). Οι τιμές όλων των υπολοίπων προϊόντων μάλιστα υποχώρησαν. Με μεγάλο ενδιαφέρον αναμένονται οι εξελίξεις στις τιμές καθώς η ανεργία συνεχίζει να αυξάνεται ενώ το διαθέσιμο εισόδημα και η κατανάλωση μειώνονται.

Αξιοσημείωτη είναι η αύξηση της τιμής του ψωμιού που παρατηρείται η οποία φτάνει σωρευτικά το 6,76% ενώ σύμφωνα με έρευνα της MARC AE, δύο στους δέκα Έλληνες καταναλωτές σταμάτησαν να αγοράζουν ψωμί, πιέζοντας έτσι σημαντικά την κατανάλωση. Από τον ΔTK φαίνεται ότι οι προσδοκίες περί αποκλιμάκωσης της τιμής του ψωμιού έως και 30% εξαιτίας της απελευθέρωσης της αγοράς του δεν επαληθεύτηκαν στην πραγματική οικονομία. Παρά την υποχώρηση της ζήτησης η τιμή του ψωμιού κινήθηκε ανοδικά (3,24%) την περίοδο α' δίμηνο 2012-α' δίμηνο 2011, εξαιτίας κυρίως της αύξησης της τιμής του ηλεκτρικού ρεύματος και της επιβολής φόρων ακινήτων ενώ σε μικρότερο βαθμό επηρεάστηκε από τις αυξήσεις των τιμών του πετρελαίου και των αλεύρων.

Πίνακας 10: Ετήσιες Μεταβολές τιμών προϊόντων

Προϊόν	2009/ 2008	2010/ 2009	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012	2013/ 2008
ΡΥΖΙ	13,41%	1,01%	0,90%	1,09%	-2,57%	13,85%
ΑΛΕΥΡΙ	6,10%	-0,69%	-0,42%	5,69%	-9,58%	0,26%
ΨΩΜΙ	4,17%	0,56%	0,32%	3,24%	-1,61%	6,76%
ΓΑΛΑ ΝΩΠΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩ- ΜΕΝΟ	-0,15%	-	6,25%	6,15%	0,05%	-0,77%
ΑΥΓΑ	3,40%	0,42%	3,33%	2,91%	7,81%	19,05%
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	-4,11%	-2,91%	0,96%	-1,32%	-1,24%	-8,39%
ΑΛΑΤΙ -	3,23%	-0,10%	0,41%	4,47%	-1,67%	6,38%

ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ						
ΚΑΦΕΣ	0,14%	1,44%	0,15%	7,97%	-2,64%	6,94%
ΜΕΛΙ	1,52%	3,15%	0,20%	0,42%	-1,95%	3,31%
ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ	1,10%	-2,45%	1,79%	-0,48%	-1,61%	-1,70%
ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	3,37%	-0,45%	-0,05%	6,56%	-8,31%	0,48%
ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ	0,83%	0,51%	1,39%	6,51%	0,47%	9,96%
ΖΑΧΑΡΗ	-1,03%	-0,74%	0,58%	22,74%	0,21%	21,53%
ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ	1,93%	3,47%	3,87%	2,90%	-1,66%	10,86%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ- Επεξεργασία στοιχείων INEMY-ΕΣΣΕ

Οι υποδείκτες υπολογίστηκαν με βάση τον μέσο όρο των αντίστοιχων δεικτών για τους μήνες Ιανουάριο και Φεβρουάριο κάθε έτους

2.2.2 Η μεταβολή του επιπέδου των τιμών στα τρόφιμα στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις (mini-markets)

Το INEMY, προχώρησε σε καταγραφή των τιμών σε επιλεγμένα προϊόντα σε mini-markets της Αθήνας. Στον Πίνακα 11 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του INEMY για επιλεγμένα προϊόντα διατροφής που εμπορεύονται τα μικρά εμπορικά καταστήματα της γειτονιάς (ψυλικάζιδικα – mini-markets) καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας της ΕΛΣΤΑΤ και της Τράπεζας της Ελλάδος (Πίνακας 12). Σημειώνεται πως στην έρευνα του IN.EM.Y.-ΕΣΣΕ οι μεταβολές έχουν υπολογιστεί με τη βοήθεια του γεωμετρικού μέσου ώστε να μην επηρεάζονται από το ύψος της τιμής κάθε προϊόντος.

Πίνακας 11: Ποσοστιαία (%) μεταβολή επιπέδου τιμών σε είδη διατροφής

Οργανισμός / Περίοδος	2013/ 2012	2012/ 2011	2013/ 2011
INEMY-ΕΣΣΕ	2,0	1,0	3,0

Πηγή: Έρευνα INEMY-ΕΣΣΕ η οποία έλαβε χώρα έλαβε χώρα το μήνα Μάρτιο. Αφορά επιλεγμένα προϊόντα υψηλής ζήτησης που εμπορεύονται τα μικρά εμπορικά καταστήματα.

Πίνακας 12: Ποσοστιαία (%) μεταβολή επιπέδου τιμών σε είδη διατροφής

Οργανισμός / Περίοδος	2013/ 2012	2012/ 2011	2013/ 2011
Τράπεζα της Ελλάδος	0,4	2,9	3,2
ΕΛΣΤΑΤ	0,1	2,6	2,8

Τα στοιχεία την περίοδο 2013-2012 από την Τράπεζα της Ελλάδος και την ΕΛΣΤΑΤ αφορούν το πρώτο δίμηνο του τρέχοντος. Τα στοιχεία από την Τράπεζα της Ελλάδος αφορούν τον Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΕνΔΤΚ) για την κατηγορία «Διατροφή» (Food). Τα στοιχεία από την ΕΛΣΤΑΤ αφορούν τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) για την κατηγορία «Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά».

Οι τιμές των προϊόντων κινήθηκαν ανοδικά, με επιβραδυνόμενο όμως ρυθμό, σύμφωνα με τα στοιχεία της Τραπέζης της Ελλάδος και της ΕΛΣΤΑΤ οι οποίες αντλούν τα πρωτογενή τους δεδομένα από τις μεγάλες και πολύ μεγάλες επιχειρήσεις. Αντίθετα, οι μικρομεσαίοι έμποροι δήλωσαν πως προσπαθούν διαρκώς να συγκρατήσουν τις τιμές των προϊόντων και απέδωσαν τις αιτίες για την τάση ενίσχυσης των τιμών στους παρακάτω λόγους:

- Μεγάλη διαφορά στις τιμές αγοράς των προϊόντων τους από προμηθευτές (χονδρικό εμπόριο) σε σχέση με τα super-markets.
- Οι μικρομεσαίοι έμποροι του κλάδου τροφίμων είναι στην ουσία **αποδέκτες τιμών**. Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεών τους και ο χαμηλός όγκος των πωλήσεων δεν τους δίνει τη δυνατότητα ελιγμών και διαπραγμάτευσης της χονδρικής τιμής. Αντίθετα, έντονη ήταν η αίσθηση ότι οι αγορά χειραγωγείται από ολιγοπωλιακά συμφέροντα και πρακτικές (ολιγοπωλιακή διάρθρωση με βάση το μοντέλο «ηγεσίας ως προς την τιμή»).
- Τις περισσότερες φορές, οι προσφορές-εκπτώσεις των εταιρειών παραγωγής των αγαθών (πχ εκπτώσεις στην τιμή του προϊόντος ή με την αγορά ενός τεμαχίου δωρεάν παροχή ενός δεύτερου) είτε δεν καταλήγουν ποτέ στον μικροέμπορο, είτε, όταν καταλήγουν, να διαμορφώνονται σε πολύ μικρότερο ποσοστό.
- Οι τιμές έχουν αυξηθεί σε εισαγόμενα προϊόντα (πχ ρύζι, καφές) ενώ έχουν υποχωρήσει σε εγχωρίως παραγόμενα.
- Η τιμή του ψωμιού έχει αυξηθεί παρά την απελευθέρωση της αγοράς.
- Οι μικρομεσαίοι έχουν συμπιέσει το ποσοστό κέρδους τους σε πολύ μεγάλο βαθμό καθώς έχουν δεχτεί σειρά φορολογικών επιβαρύνσεων τα τελευταία χρόνια τόσο ως επιχειρηματίες (αύξηση ΦΠΑ, τέλος επιτηδεύματος, τέλος ακίνητης περιουσίας και γενικά ευμετάβλητο

- φορολογικό σύστημα) όσο και ως καταναλωτές (φόρος εισοδήματος από το πρώτο ευρώ, φορολογία καταθέσεων κλπ).
- Αύξηση λειτουργικού κόστους των μικρομεσαίων εξαιτίας της αύξησης των τιμολογίων της ΔΕΗ.
 - Οι μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις δεν απολάμβαναν ποτέ σημαντικά περιθώρια πιστώσεων από τους προμηθευτές αλλά σήμερα πλέον δεν υπάρχει καν αυτή η δυνατότητα.
 - Η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος και η ιστορικά υψηλή ανεργία έχει οδηγήσει τους περισσότερους καταναλωτές στην αναζήτηση των πλέον φθηνών τιμών-προσφορών και τους έχει στρέψει στα μεγάλα εμπορικά καταστήματα (super markets).
 - Η μεγάλη πτώση του κύκλου εργασιών στις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις αποκλείει οποιαδήποτε προσπάθεια ενίσχυσης του ποσοστού κέρδους.
 - Έχουν παρατηρηθεί κατηγορίες προϊόντων όπου το ποσοστό κέρδους του μικρομεσαίου έμπορου είναι πολύ χαμηλό ενώ πολλές φορές κρίνεται ως ασύμφορη η διάθεση του προϊόντος, με κυριότερο παράδειγμα τα γαλακτοκομικά.
 - Η μείωση του κόστους εργασίας μέσω της πτώσης του ύψους των μισθών ευνόησε τα μεγάλα καταστήματα τροφίμων καθώς τα μικρά εμπορικά καταστήματα λειτουργούν με αυτοαπασχολούμενους, είτε χωρίς προσωπικό είτε με συμβοηθούντα και μη αμειβόμενα μέλη.

2.2.3 Επίπεδο των τιμών στα τρόφιμα σε σχέση με την Ε.Ε.-27 & Ε.Ε.17

Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει και η σύγκριση των μεταβολών των τιμών των τροφίμων στην Ελλάδα σε σχέση με την Ε.Ε.-27 αλλά και την Ευρωζώνη-17. Η ύφεση εκδηλώθηκε στην Ευρωζώνη νωρίτερα από ότι στην Ελλάδα ενώ οι πολλά κράτη μέλη φάνηκε να ανακάμπτουν, έστω με χαμηλούς ρυθμούς μεγέθυνσης. Αντίθετα στην Ελλάδα η οικονομική κρίση εκδηλώθηκε το 2008 και εξακολουθεί μέχρι σήμερα.

Η Eurostat δημοσιεύει τους εναρμονισμένους δείκτες τιμών καταναλωτή για τις κατηγορίες «Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» και «Τρόφιμα» για την ΕΕ.-27

και την Ευρωζώνη-17. Οι τιμές, την περίοδο 2009-2012 σε ευρωπαϊκό επίπεδο κινήθηκαν ανοδικά, και στις δύο κατηγορίες τροφίμων που εξετάζονται, με εξαίρεση την κατηγορία τροφίμων το 2009 οπότε και σημειώθηκε οριακή πτώση στην Ευρωζώνη. Σύμφωνα με το Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου και Καταναλωτικών Αγαθών (ΙΕΛΚΑ) ο Διεθνής Δείκτης Πρώτων Υλών, Τροφίμων και Ποτών αυξήθηκε μεταξύ 2010 και 2011 κατά 19,3%³, γεγονός που πίεσε τις τιμές των τροφίμων ανοδικά.

Πίνακας 13: Δείκτες τιμών και ποσοστιαίες μεταβολές στις κατηγορίες τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά και τρόφιμα (100 = 2009)

Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά											
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
ΕΕ-27	112,8	113,9	115,1	119,0	122,6	125,2	1,0%	1,1%	3,4%	3,0%	3,1%
Ευρωζώνη	110,9	110,9	111,3	114,1	117,3	119,4	0,0%	0,4%	2,5%	2,8%	2,7%
Ελλάδα	111,3	113,3	113,4	116,9	118,6	118,7	1,8%	0,1%	3,1%	1,5%	0,3%
Τρόφιμα											
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
ΕΕ-27	113,1	114,1	115,4	119,1	122,5	125,4	0,9%	1,1%	3,2%	2,9%	3,3%
Ευρωζώνη	111,2	111,0	111,6	114,1	117,2	119,5	-0,1%	0,5%	2,3%	2,7%	2,9%
Ελλάδα	111,5	113,5	113,7	117,2	118,7	119,0	1,8%	0,1%	3,1%	1,4%	0,4%

Πηγή: Eurostat

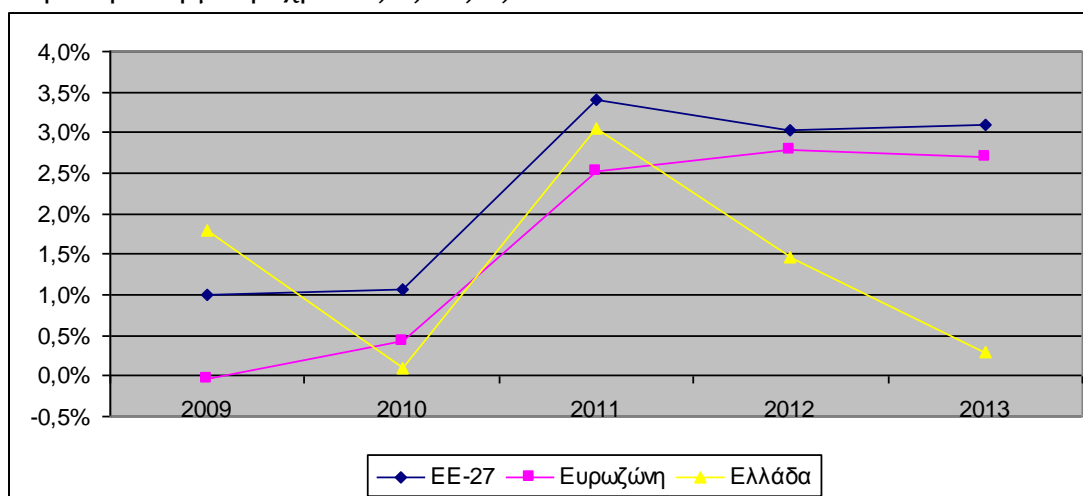
Τα στοιχεία για το 2013 αναφέρονται στο μέσο όρο των δύο πρώτων μηνών.

Ειδικότερα για την Ελλάδα, η οικονομική ύφεση συρρίκνωσε το διαθέσιμο εισόδημα και φυσικά την κατανάλωση αλλά οι τιμές στην κατηγορία των τροφίμων συνέχισαν να αυξάνονται (Πίνακας 13). Βέβαια, από το 2012 ο ρυθμός αύξησης επιβραδύνεται ενώ τα στοιχεία για το πρώτο δίμηνο του 2013 κάνουν λόγο για πολύ μικρές ποσοστιαίες αυξήσεις τιμών οι οποίες αρχίζουν να αντανακλούν τις νέες οικονομικές συνθήκες στη χώρα, αν και με καθυστέρηση.

Στα Διαγράμματα 4 και 5 παρουσιάζεται ο ρυθμός πληθωρισμού για τις κατηγορίες «Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» και «τρόφιμα» με βάση των Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΕνΔΤΚ). Οι μεταβολές των τιμών στην κατηγορία «τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» εξακολουθούν, παρά την ύφεση, να είναι θετικές αλλά έχουν επιβραδυνθεί σε μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα. Στην Ευρώπη φαίνεται να σταθεροποιούνται κοντά στο 3% (Διάγραμμα 4).

³ Στοιχεία δείκτη Index Mundi.

Διάγραμμα 4: Ρυθμός πληθωρισμού για τα τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά στην Ευρώπη-μακροχρόνιες εξελίξεις

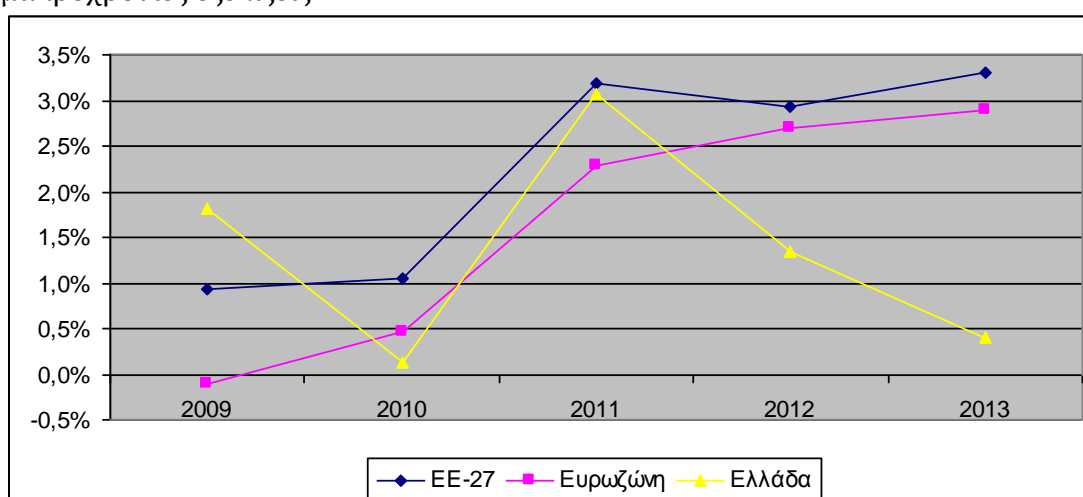


Πηγή: Eurostat

Τα στοιχεία για το 2013 αναφέρονται στο μέσο όρο των δύο πρώτων μηνών.

Οι μεταβολές των τιμών στην κατηγορία «τρόφιμα» (Διάγραμμα 5) μετά από μεγάλη αύξηση το 2011, κυρίως λόγω αύξησης του ΦΠΑ, εξακολουθούν, παρά την ύφεση, να είναι θετικές αλλά έχουν επιβραδυνθεί σε μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα. Στην Ευρώπη ο πληθωρισμός στα τρόφιμα εξακολουθεί να παραμένει σε σχετικά υψηλά επίπεδα με ελαφρώς επιταχυνόμενο ρυθμό.

Διάγραμμα 5: Ρυθμός πληθωρισμού για τα τρόφιμα στην Ευρώπη-μακροχρόνιες εξελίξεις

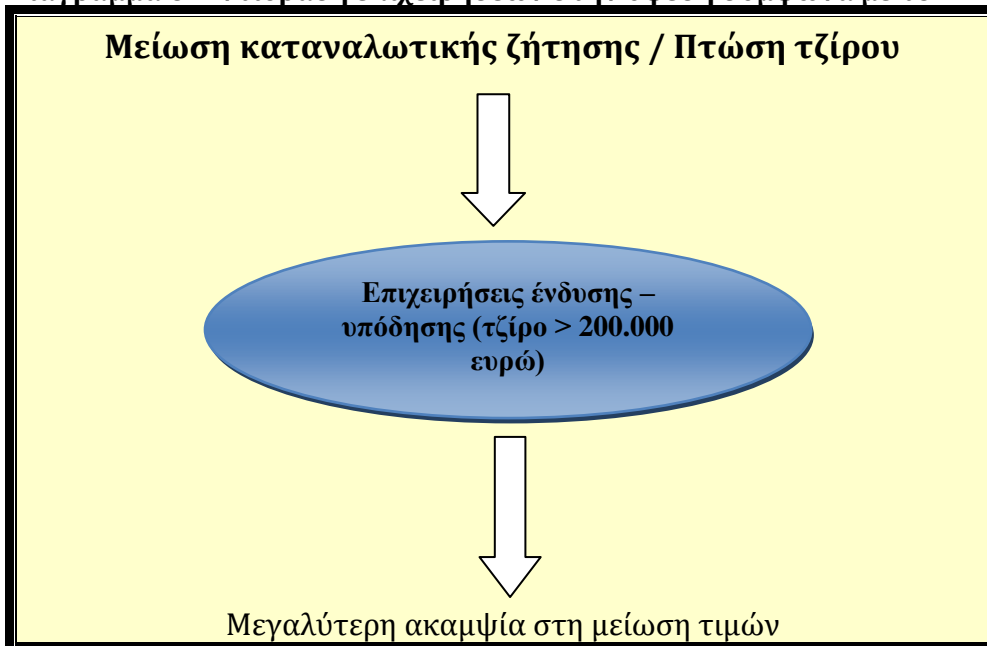


Πηγή: Eurostat: Τα στοιχεία για το 2013 αναφέρονται στο μέσο όρο των δύο πρώτων μηνών.

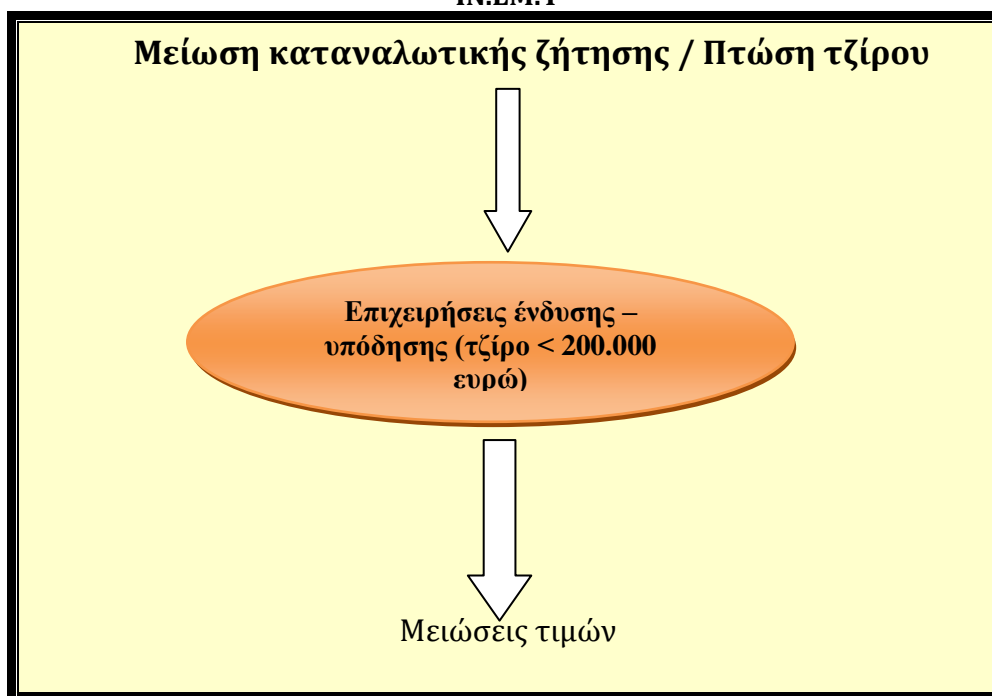
Κεφάλαιο 3ο: Συμπεράσματα για τον προσδιορισμό των τιμών στην ελληνική αγορά

Συνοψίζοντας τα ευρήματα τόσο από την έρευνα του INEMY όσο και από την πορεία εξέλιξης του ΔTK από την ΕΛΣΤΑΤ, θα μπορούσαν να περιγραφούν στα παρακάτω Διαγράμματα:

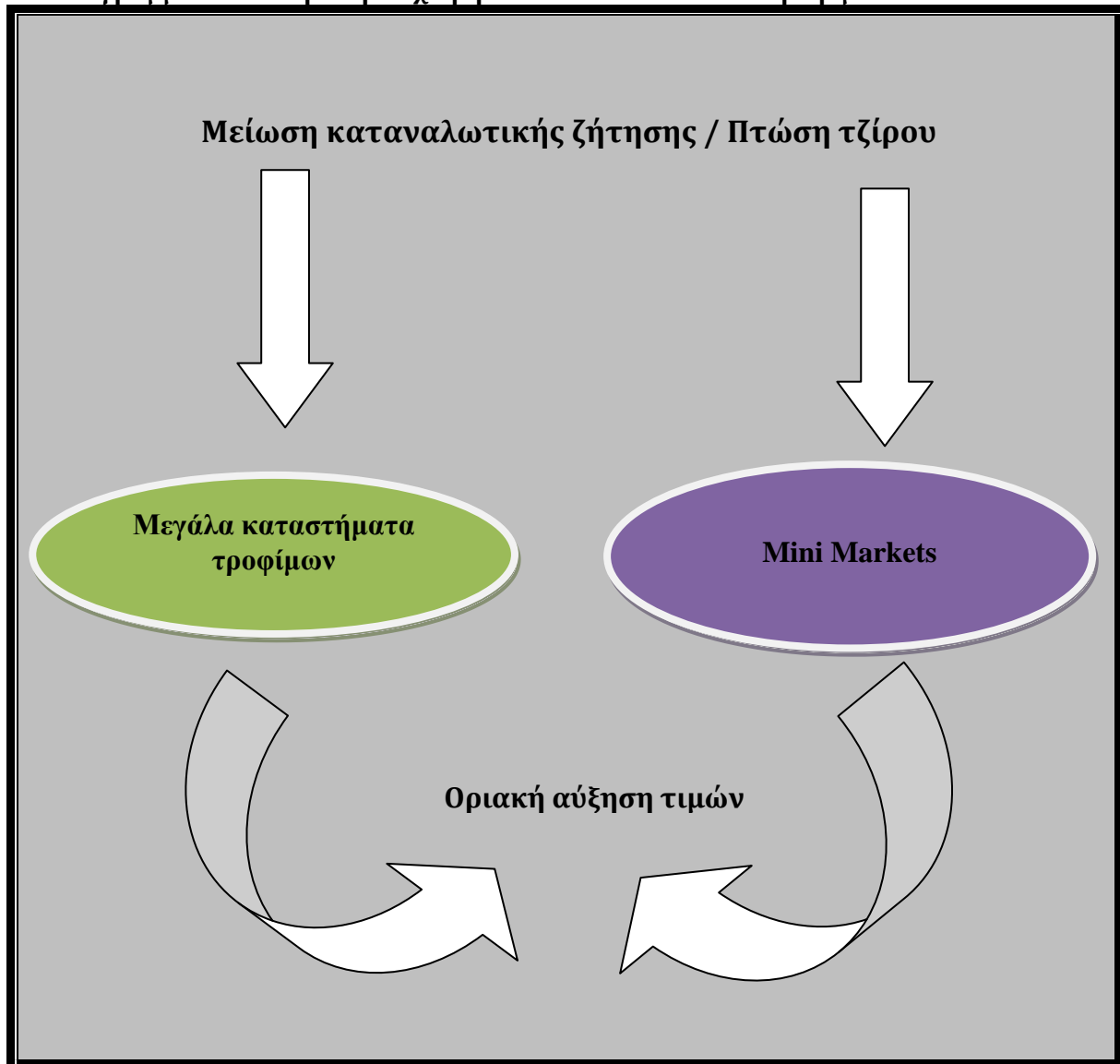
Διάγραμμα 6: Αντίδραση επιχειρήσεων στην ύφεση σύμφωνα με το ΔTK



Διάγραμμα 7: Αντίδραση επιχειρήσεων στην ύφεση σύμφωνα με την έρευνα του IN.E.M.Y



Διάγραμμα 8: Αντίδραση επιχειρήσεων στον κλάδο των τροφίμων



Τα παραπάνω σχήματα δεν αποτελούν μονοδιάστατες και γενικευμένες ερμηνευτικές προσεγγίσεις αλλά περιγράφουν αποκλειστικά και μόνο τα αποτελέσματα της έρευνας του INEMY. Αυτό σημαίνει ότι δεν μπορεί να προεξοφληθεί από τώρα ότι η στρατηγική των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον τομέα των τιμών θα συνεχίσει και στο μέλλον να είναι ίδια. Αντίθετα, μπορεί να υποτεθεί ότι η συμπίεση τιμών, στην οποία έχουν ήδη προβεί οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο κλάδο ένδυσης και υπόδησης, έχει εξαντληθεί ώστε να μην υπάρχει περιθώριο για περαιτέρω μείωση των τιμών τους σε συνδυασμό με τις αλλεπάλληλες φορολογικές και λοιπές επιβαρύνσεις. Από την άλλη πλευρά, για τις επιχειρήσεις που καταγράφονται από την ΕΛΣΤΑΤ, και με δεδομένο ότι οι τιμές οι οποίες

έχουν καταγραφεί είναι μόνο οι αναγραφόμενες, δε είναι δυνατή η κατάληξη με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι κρατούν σταθερές τις «πραγματικές» τιμές τους, γιατί δεν υπάρχει πρόσβαση στην τελική τιμή του αγοραστή μετά από ενδεχόμενη διαπραγμάτευση. Επίσης ένα σοβαρό επιπλέον ζήτημα τίθεται αναφορικά με τις προσφορές, αφού δεν λαμβάνονται υπόψη κατά την κατάρτιση του ΔΤΚ.

Όσον αφορά τα τρόφιμα, το ζήτημα της τιμής είναι ακόμα πιο πολύπλοκο αφού στον συγκεκριμένο κλάδο, η διαμόρφωση της τιμής των προϊόντων είναι ανεξάρτητη από το μέγεθος της επιχείρησης σε πολλές κατηγορίες ειδών. Αντίθετα, η τιμή του παραγωγού κρίνεται κομβικής σημασίας για τα μεγάλα καταστήματα ενώ το χονδρεμπόριο στον συγκεκριμένο κλάδο, ιδίως για τις μικρές επιχειρήσεις αποτελεί τον παράγοντα «κλειδί» για την διαμόρφωση των τιμών. Σε κάθε περίπτωση, και από την έρευνα του ΔΤΚ και του INEMY, διαφαίνεται η μικρή συσχέτιση του μισθολογικού κόστους με την εξέλιξη του επιπέδου των τιμών. Οι μεγάλες εμπορικές επιχειρήσεις, οι οποίες συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αριθμό απασχολούμενων και το μισθολογικό κόστος διαδραματίζει ένα κρίσιμο ρόλο στα λειτουργικά τους έξοδα, δεν φαίνεται να έχουν μεταφέρει την ελάφρυνση από το κόστος εργασίας στις τιμές των προϊόντων. Αντίθετα, στις πολύ μικρές επιχειρήσεις (οι οποίες στην Ελλάδα απασχολούν έως 4 άτομα ενώ μεγάλο ποσοστό των εργαζομένων είναι αυτοαπασχολούμενοι άρα το μισθολογικό κόστος επί της ουσίας δεν επηρεάζει τα οικονομικά μεγέθη της επιχείρησης), έχουν προβεί σε μειώσεις τιμών, κυρίως στον κλάδο ένδυσης/υπόδησης. Η πολιτική που έχει ακολουθηθεί, τουλάχιστον όσον αφορά το αντίκτυπό της στο επίπεδο των τιμών, έχει αποτύχει και σε κάθε περίπτωση τα αποτελέσματα δεν ήταν τα αναμενόμενα σύμφωνα με τις επίσημες προβλέψεις. Η ραγδαία εσωτερική υποτίμηση που επιχειρείται, θα μπορούσε μόνο θεωρητικά να έχει αντίκτυπο θετικό στις τιμές αφού τα τρία τελευταία χρόνια η μοναδική συνέπεια είναι η διαιώνιση της ύφεσης.

Κλείνοντας, αναδεικνύεται ξεκάθαρα η πολυπλοκότητα του προβλήματος των τιμών, η οποία προφανώς δεν εξαντλείται στην παρούσα έρευνα. Άλλωστε κυρίως στον κλάδο των τροφίμων, τα αποτελέσματα της έρευνας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν προσδιοριστικοί παράγοντες των τιμών οι οποίοι δεν αφορούν τις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης (τελευταίος κρίκος της αλυσίδας) αλλά σε όλα τα προηγούμενα στάδια. Είναι άλλωστε γνωστή η ανεπάρκεια ανταγωνιστικών συνθηκών σε κρίσιμους τομείς των τροφίμων.

ΕΠΙΜΕΤΡΟ: Πιθανές επιπτώσεις στο επίπεδο των τιμών από το κλείσιμο των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων: Υποθέσεις εργασίας

Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην ελληνική οικονομία είναι ιδιαίτερα έντονες καθώς έχει καταγραφεί μεγάλη πτώση του ΑΕΠ και του εισοδήματος, υψηλή ανεργία και φυσικά μεγάλη υποχώρηση της κατανάλωσης και γενικότερα της ζήτησης. Σύμφωνα με τη νεοκλασική οικονομική θεωρία, η πτώση της ζήτησης θα οδηγούσε σε συρρίκνωση του επιπέδου των τιμών και η αγορά θα ισορροπούσε σε ένα νέο σημείο, με χαμηλότερο όμως ύψος προϊόντος. Η εκτίμηση αυτή, σε ό,τι αφορά τη μεταβολή των τιμών, δεν φάνηκε να επιβεβαιώνεται στην πράξη καθώς, όπως σημειώθηκε και παραπάνω, μόλις τους τελευταίους μήνες καταγράφηκε ήπιος αποπληθωρισμός.

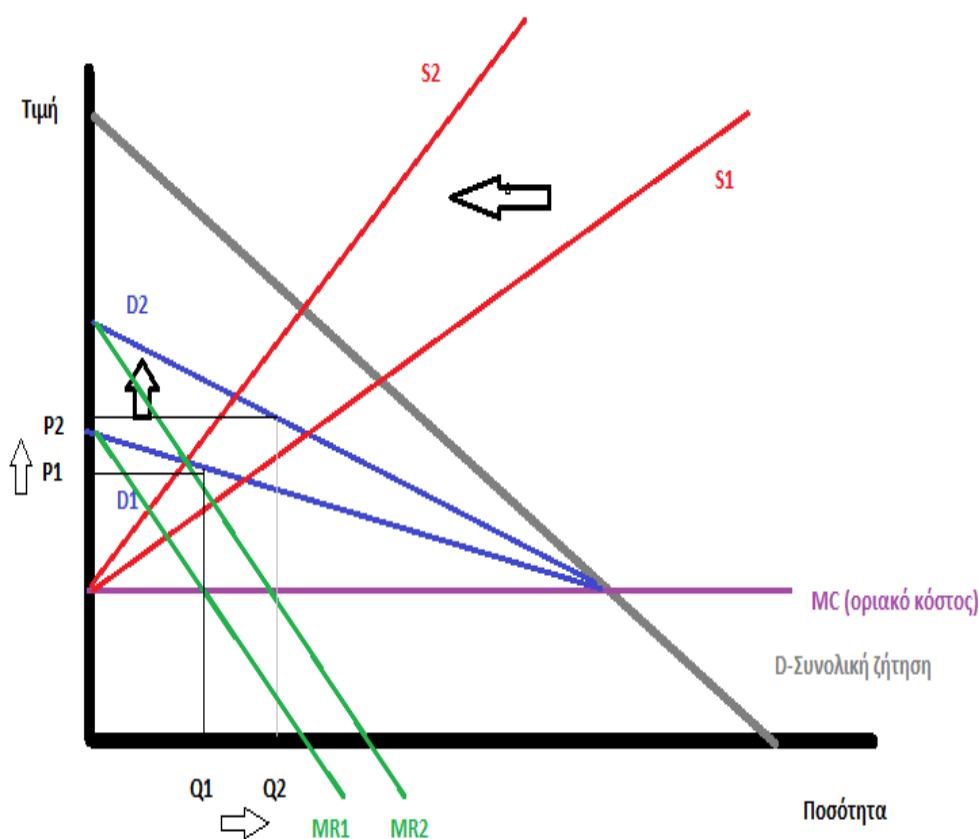
Μία πιθανή εξήγηση για αυτή τη συμπεριφορά των τιμών θα μπορούσε να προέλθει από το κλείσιμο των μικρών εμπορικών καταστημάτων εξαιτίας της ύφεσης. Η οριστική διακοπή της λειτουργίας και ο δραστικός περιορισμός του αριθμού των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων, ενδεχομένως να διέυρνε τις δυνατότητες επηρεασμού του επιπέδου των τιμών από τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς η μείωση των μικρών ίσως να οδηγούσε σε ολιγοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς.

Σημειώνεται πως το μέγεθος των μικρών καταστημάτων δεν τους επιτρέπει να επιδρούν στην τιμή του προϊόντος αλλά χαρακτηρίζονται ως **αποδέκτες τιμών**, δηλαδή οι μεταβολές στην ποσότητα που διακινούν και πωλούν δεν επηρεάζουν το επίπεδο των τιμών. Συνεπώς, θα μπορούσε να ειπωθεί πως οι μικρές εμπορικές επιχειρήσεις λειτουργούν κατά κάποιο τρόπο με βάση το υπόδειγμα του τέλει ανταγωνισμού, ο οποίος και θεωρείται ως η πλέον αποτελεσματική μορφή αγοράς.

Καθώς όμως η οικονομική κρίση βαθαίνει και όλο και περισσότερα μικρά καταστήματα κλείνουν, οι μεγάλες επιχειρήσεις ενισχύουν τη θέση τους και ίσως τη δυνατότητά τους να χειραγωγούν τις τιμές, καθώς ο ανταγωνισμός συρρικνώνεται. Εάν τελικά η αγορά καταλήξει σε ολιγοπωλιακή διάρθρωση, αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να διογκωθούν οι τιμές διάθεσης του προϊόντος και να μειωθεί η ποσότητα ισορροπίας.

Έστω λοιπόν ότι στην αγορά ατελούς ανταγωνισμού (ολιγοπωλίου) υπάρχει μία κυρίαρχη επιχείρηση (η οποία μπορεί να αποτελείται και από μερικές μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν συνεννοηθεί μεταξύ τους - σύμπραξη) και πολλές μικρές οι οποίες αποτελούν το ανταγωνιστικό της τμήμα (υπόδειγμα ηγεσίας ως προς την τιμή). Για να μη γίνει το υπόδειγμα εξαιρετικά πολύπλοκο υποτίθεται ότι οι συνθήκες κόστους παραμένουν αμετάβλητες. Όταν κλείνουν μικρές επιχειρήσεις τότε η καμπύλη προσφοράς των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στρέφεται προς τα αριστερά από τη θέση S1 στη θέση S2, γεγονός που σημαίνει ότι η προσφορά του ανταγωνιστικού τμήματος συρρικνώνεται. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα η καμπύλη υπολειπόμενης ζήτησης της κυρίαρχης επιχείρησης να περιστραφεί προς τα δεξιά από τη θέση D1 στη θέση D2 και να ενισχυθεί η ποσότητα που προσφέρει η κυρίαρχη επιχείρηση από Q1 σε Q2 (Διάγραμμα 11). Φυσικά, η τιμή διάθεσης του προϊόντος έχει αυξηθεί από P1 σε P2.

Διάγραμμα 11: Αγορά της κυρίαρχης επιχείρησης όταν το μέγεθος του ανταγωνιστικού τμήματος μειώνεται



Επιπρόσθετα, αν αυτές οι εκτιμήσεις επιβεβαιωθούν, τότε ο σχετικά μικρός αριθμός εμπορικών επιχειρήσεων μεγάλου μεγέθους, που θα δραστηριοποιείται πλέον όταν κλείσουν οι χιλιάδες μικρές, θα μπορούσε να οδηγήσει σε μονοψωνιακή διάρθρωση την αγορά συντελεστών (κυρίως εργασίας) αυξάνοντας την πίεση για περαιτέρω χαμηλούς μισθούς και χειρότερους όρους εργασίας γενικότερα. Οι σκέψεις αυτές εντείνονται αν ληφθεί υπόψη η ιστορικά υψηλή ανεργία και κυρίως η εξαιρετικά μεγάλη αβεβαιότητα, γεγονός που καθιστά τους εργαζόμενους εξαιρετικά διστακτικούς στη μετακίνηση εντός της Ελλάδος.