

## **Έρευνα INEMY**

# **Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΤΙΜΩΝ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

## 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 ευοίωνες.<sup>1</sup> Αναμένεται περαιτέρω μείωση του ΑΕΠ, με τις συνολικές απώλειές του, κατά την περίοδο 2008-2012, να εκτιμώνται σε 40 περίπου δις ευρώ (σε σταθερές τιμές), στοιχείο που ισοδυναμεί με μία απώλεια της αξίας της παραγωγής που ξεπερνάει το 20%, σε σχέση με το 2008 (στοιχεία Eurostat). Παρά τα επώδυνα μέτρα, το έλλειμμα για το 2012 εκτιμάται στο 5,5% του ΑΕΠ και το χρέος στο 161,0%<sup>2</sup> ενώ τα αντίστοιχα μεγέθη για το 2013-2014 αναμένεται να διαμορφωθούν στο 5,2% και 176,0% του ΑΕΠ. Ταυτόχρονα, η συμμετοχή του πρωτογενούς δημοσιονομικού αποτελέσματος στην αύξηση του δημόσιου χρέους βαίνει συνεχώς μειούμενη. Επιπλέον, η χώρα δεν έχει ακόμη ανακτήσει την εμπιστοσύνη των αγορών. Επιπρόσθετα, η συνεχής ύφεση και διογκούμενη ανεργία, η οποία διαμορφώθηκε τον Ιανουάριο του 2013 σε 27,2% ποσοστό που ισοδυναμεί με 958.532 περισσότερους ανέργους σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2008, 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 να αποτυπώνεται στην πραγματική οικονομία.

Στο πλαίσιο αυτό ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα καταγράφεται **στο πεδίο των τιμών**. Και τούτο διότι βασική συνιστώσα του προγράμματος δημοσιονομικής προσαρμογής αποτελούσε η πρόβλεψη ότι η εσωτερική υποτίμηση θα οδηγούσε ταυτόχρονα 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 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. Ακόμη δηλαδή και εκεί

---

<sup>1</sup> Έκθεση Διοικητή της Τραπέζης της Ελλάδος για το 2012, Φεβρουάριος 2013.

IOBE: Η ελληνική οικονομία, Τριμηνιαία έκθεση, αρ. τεύχους 71, Απρίλιος 2013

<sup>2</sup> Έκθεση Διοικητή της Τραπέζης της Ελλάδος για το 2012, Φεβρουάριος 2013. Στοιχεία μετά τη συμφωνία ανταλλαγής ομολόγων (PSI) και των αποφάσεων του Eurogroup τον Νοέμβριο του 2012.

που παρατηρείται πτώση των τιμών, αυτή δεν είναι ανάλογη του μεγέθους που αναμενόταν με βάση τη διάρκεια και την ένταση της ύφεσης. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι ο πληθωρισμός σωρευτικά την περίοδο 2010 – 2012 διαμορφώθηκε σε 4,9%, κινούμενος σε πολύ υψηλότερα επίπεδα από τις επίσημες προβλέψεις. Η αρνητική μεταβολή που σημειώθηκε τον Μάρτιο 2013 (-0.2% ), ενδέχεται να έχει επίπτωση στο επίπεδο τιμών της πραγματικής οικονομίας μόνο εφ' όσον συνεχιστεί σε βάθος χρόνου, αφού οριακές και αποσπασματικές μεταβολές του Δείκτη σε ένα υψηλό επίπεδο τιμών δεν επιφέρουν ουσιαστική αποκλιμάκωση.

Επιπλέον δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται ότι ο ρυθμός μεταβολής του επιπέδου των τιμών δεν εξετάζει εάν οι τιμές είναι υψηλές ή χαμηλές. Με άλλα λόγια 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 τον υψηλότερο 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 για τους καταναλωτές;**
- ✓ **Ποιος είναι ο βαθμός προσαρμογής των μικρών επιχειρήσεων στην μειωμένη καταναλωτική ζήτηση σε συγκεκριμένους υποκλάδους του εμπορίου (ένδυση – υπόδηση - 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. Σύμφωνα με τη μεθοδολογία<sup>3</sup> που έχει υιοθετήσει η ΕΛ.ΣΤΑΤ, διαπιστώνονται τα εξής :

- Για τον υπολογισμό του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή 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 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

---

<sup>3</sup> (Βλ. Παράρτημα Α΄: Συνοπτική Περιγραφή Μεθοδολογίας ΕΛ.ΣΤΑΤ. σελ: 12-17).

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' ότι καταγράφεται από την ΕΛΣΤΑΤ.

**Σύμφωνα με τα παραπάνω, κρίθηκε απολύτως αναγκαία η διενέργεια πρωτογενούς έρευνας από το ΙΝΕΜΥ καταγραφής των τιμών των προϊόντων σε μικρού μεγέθους επιχειρήσεις (με κύκλο εργασιών κάτω των 200.000 ευρώ).** 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 μεγαλύτερες επιχειρήσεις, υπόθεση την οποία θα διερευνήσει το ΙΝ.ΕΜ.Υ.

**Σκοπός της έρευνας είναι να αποτυπωθούν με εγκυρότητα οι τιμές των αγαθών και να δοθεί απάντηση στο αν το μέγεθος της επιχείρησης επηρεάζει το τελικό ύψος των τιμών.** Αναλυτικότερα, η έρευνα επικεντρώθηκε στους δύο κατεξοχήν υποκλάδους του λιανικού εμπορίου, 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 ΕΛΣΤΑΤ<sup>4</sup>, 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.

---

<sup>4</sup> Βλ. Παράρτημα Β': Είδη Ένδυσης - Υπόδησης που περιλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο της ΕΛ.ΣΤΑΤ.

## Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup> : Εξέλιξη επιπέδου τιμών των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων στο κλάδο της Ένδυσης Υπόδησης και Τροφίμων

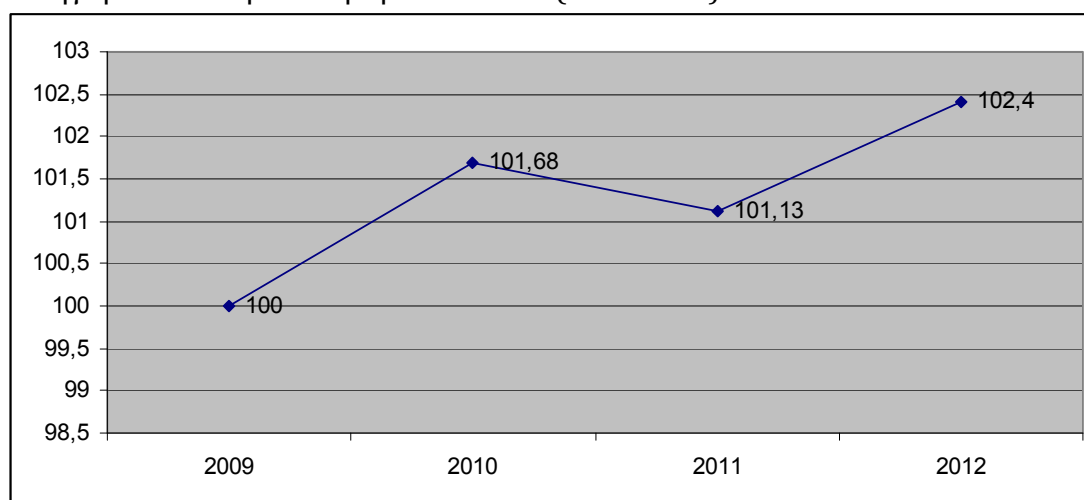
### 2.1 Εξέλιξη επιπέδου τιμών στον κλάδο Ένδυσης - Υπόδησης

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, εκδίδει σε μηνιαία βάση τον 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 το Πίνακα 1, ανήλθε σε 35,5%. Θα πρέπει να τονιστεί ότι ο τζίρος που καταγράφεται και η μεταβολή του από την ΕΛΣΤΑΤ αναφέρεται όπως και στην έρευνα των τιμών σε επιχειρήσεων 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 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. 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

Είδος ένδυσης-υπόδησης/ Περίοδος	2011 (ΑΤ)- 2012 (ΑΤ)	2010 (ΑΤ)- 2011 (ΑΤ)	Σωρευτικά 2010 (ΑΤ) -2012 (ΑΤ)
<b>Ένδυση</b>	<b>-22,0</b>	<b>-9,4</b>	<b>-29,4</b>
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
<b>Υπόδηση</b>	<b>-17,1</b>	<b>-5,9</b>	<b>-22,0</b>
Παιδικό υπόδημα	-16,6	-3,7	-19,7
Ανδρικό Υπόδημα	-19,8	-7,4	-25,8
Γυναικείο Υπόδημα	-16,5	-6,3	-21,8
<b>Ένδυση-Υπόδηση</b>	<b>-21,3</b>	<b>-8,9</b>	<b>-28,2</b>

Πηγή: Έρευνα INEMY-ΕΣΕΕ

Οι τιμές του Πίνακας 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)
<b>Ένδυση</b>	<b>-31,7</b>	<b>-23,5</b>	<b>-12,4</b>	<b>-10,7</b>	<b>-38,1</b>
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
<b>Υπόδηση</b>	<b>-24,8</b>	<b>-20,1</b>	<b>-9,3</b>	<b>-5,9</b>	<b>-29,3</b>
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
<b>Ένδυση-Υπόδηση</b>	<b>-30,6</b>	<b>-23,0</b>	<b>-11,9</b>	<b>-9,9</b>	<b>-36,8</b>

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.

### **Πρώτα συμπεράσματα της διαμόρφωση των τιμών στις επιχειρήσεις ένδυσης/υπόδησης με τζίρο κάτω των 200.000 ευρώ**

**οι μικροί μειώνουν τις τιμές  
οι μεγάλοι τις «αυξομειώνουν» με προσφορές**

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει μεγάλη υποχώρηση των τιμών στον τομέα ένδυσης και υπόδησης στα καταστήματα μικρού μεγέθους, μίας τάσης 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.

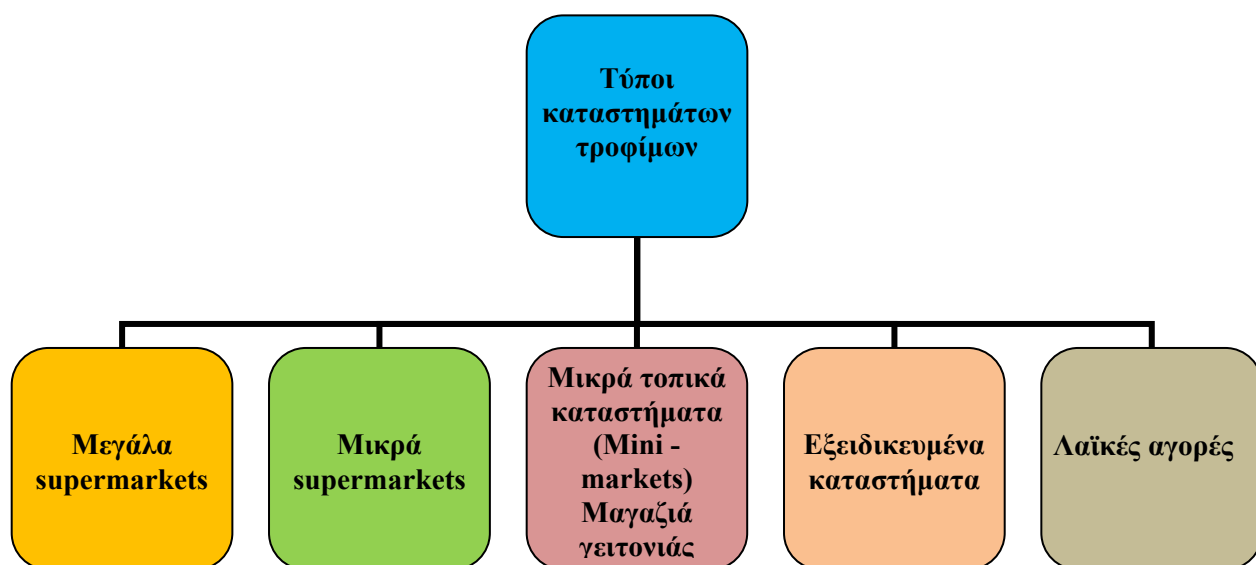
- ✓ Η επιβολή μιας σειράς νέων φόρων στις επιχειρήσεις επιδείνωσε σε σημαντικό βαθμό τα αποτελέσματά τους. Παρά την πίεση όμως, οι επιχειρήσεις προσπάθησαν όχι μόνο να απορροφήσουν τις αυξήσεις των τιμών αλλά και να τις ελαττώσουν, ώστε να διατηρήσουν, μέρος έστω, του κύκλου εργασιών τους.
- ✓ Στις περισσότερες 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 τάσης την 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 μικρές επιχειρήσεις, 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 Εξέλιξη επιπέδου τιμών στον κλάδο των Τροφίμων

Για την παρουσίαση της εξέλιξης του επιπέδου τιμών στον κλάδο των τροφίμων κρίθηκε απαραίτητη μία περιγραφή της διάρθρωσης του κλάδου λόγω των ποικίλων σημείων λιανικής πώλησης 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
<b>Συνολικός αριθμός καταστημάτων λιανεμπορίου τροφίμων</b>	<b>57.000</b>

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 ανέρχεται 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%	<b>-23,4%</b>
Καθαρό εθνικό διαθέσιμο εισόδημα	-1,8%	-6,8%	-9,3%	-6,8%	-5,0%	<b>-26,6%</b>
Δαπάνες τελικής κατανάλωσης	-0,3%	-6,8%	-7,2%	-8,2%	-6,8%	<b>-26,2%</b>

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 τιμές στον κλάδο Τροφίμων σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ

Όπως έχει προαναφερθεί, 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 ολόενα 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 τρίμηνο καταγράφηκαν μηδενικές αυξήσεις. Παρόμοια είναι η εικόνα και με βάση τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος. Το επίπεδο τιμών των τροφίμων κινείται ανοδικά εν μέσω κρίσης ενώ μόλις το τελευταίο τρίμηνο δεν παρουσιάζει ουσιαστικές 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

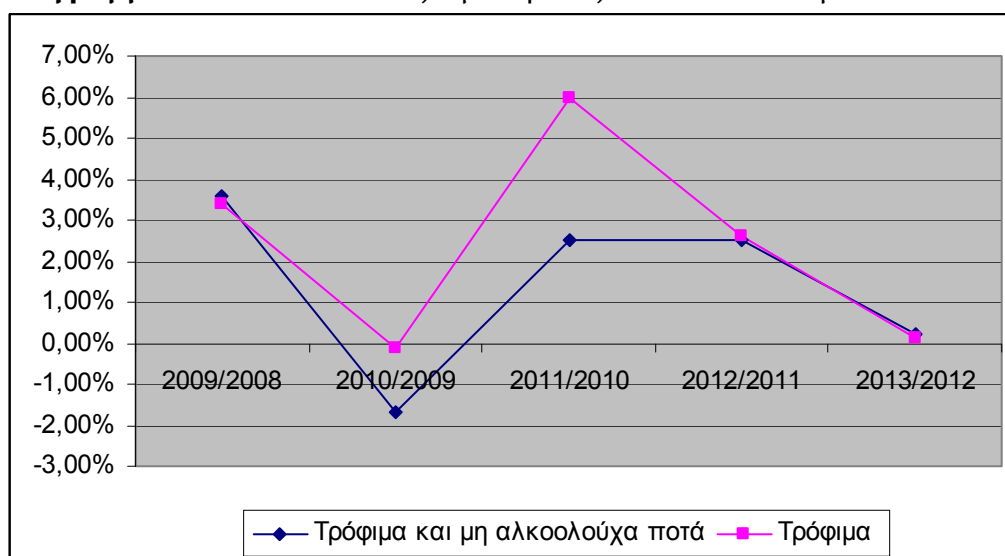
Οι μεταβολές στο επίπεδο τιμών έχουν υπολογιστεί για τους δύο πρώτους μήνες κάθε έτους (Ιανουάριο- Φεβρουάριος) ώστε να ληφθούν υπόψη και οι τιμές για το 2013. Τα στοιχεία για την κατηγορία «Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά» προέρχονται από τον Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ) της ΕΛΣΤΑΤ. Τα στοιχεία για 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 γίνει περισσότερο κατανοητό **το παράδοξο** 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 όλες τους τύπους καταστημάτων λιανικού εμπορίου (supermarkets, mini markets, παντοπωλεία κλπ). Αξιοσημείωτο είναι ότι η εξέλιξη του κύκλου εργασιών στις δεκαέξι μεγαλύτερες αλυσίδες super-market την περίοδο 2009-2011 διαφοροποιείται αφού παρουσιάζει 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 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-market, 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 συρρικνούμενη οικονομία.

**Πίνακας 9:** Ποσοστιαίες μεταβολές κύκλου εργασιών των 16 μεγαλύτερων supermarket 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%	<b>-11 %</b>
Κύκλος εργασιών λιανικού εμπορίου σε μη ειδικευμένα καταστήματα (Supermarket / παντοπωλεία)		-14,3%	-
Κύκλος εργασιών 16 μεγαλύτερων supermarkets	0,6%	1,0%	<b>1,6%</b>

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

Σύμφωνα με τα στοιχεία για το Δείκτη Τιμών Καταναλωτή οι τιμές σε βασικά προϊόντα έχουν αυξηθεί σωρευτικά την περίοδο 2008-2013 (πρώτο δίμηνο) 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 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 επηρέασαν οι 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%	<b>13,85%</b>
ΑΛΕΥΡΙ	6,10%	-0,69%	-0,42%	5,69%	-9,58%	<b>0,26%</b>
ΨΩΜΙ	4,17%	0,56%	0,32%	3,24%	-1,61%	<b>6,76%</b>
ΓΑΛΑ ΝΩΠΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩ- ΜΕΝΟ	-0,15%	-11,93%	6,25%	6,15%	0,05%	<b>-0,77%</b>
ΑΥΓΑ	3,40%	0,42%	3,33%	2,91%	7,81%	<b>19,05%</b>
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	-4,11%	-2,91%	0,96%	-1,32%	-1,24%	<b>-8,39%</b>
ΑΛΑΤΙ - ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ	3,23%	-0,10%	0,41%	4,47%	-1,67%	<b>6,38%</b>
ΚΑΦΕΣ	0,14%	1,44%	0,15%	7,97%	-2,64%	<b>6,94%</b>
ΜΕΛΙ	1,52%	3,15%	0,20%	0,42%	-1,95%	<b>3,31%</b>
ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ	1,10%	-2,45%	1,79%	-0,48%	-1,61%	<b>-1,70%</b>
ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	3,37%	-0,45%	-0,05%	6,56%	-8,31%	<b>0,48%</b>
ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ	0,83%	0,51%	1,39%	6,51%	0,47%	<b>9,96%</b>
ΖΑΧΑΡΗ	-1,03%	-0,74%	0,58%	22,74%	0,21%	<b>21,53%</b>
ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ	1,93%	3,47%	3,87%	2,90%	-1,66%	<b>10,86%</b>

*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. Στον Πίνακα 11 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας του INEMY για επιλεγμένα προϊόντα διατροφής που εμπορεύονται τα μικρά εμπορικά καταστήματα της γειτονιάς (ψυλικάτζιδικά – mini-markets) καθώς και τα αποτελέσματα της έρευνας της ΕΛΣΤΑΤ και της Τράπεζας της Ελλάδος (Πίνακας 13). Σημειώνεται πως 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-ΕΣΣΕΕ	2,0	1,0	3,0

*Πηγή:* Έρευνα INEMY-ΕΣΣΕΕ 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:

- ο Μεγάλη διαφορά στις τιμές αγοράς των προϊόντων τους από προμηθευτές (χονδρικό εμπόριο) σε σχέση με τα super-markets.
- ο 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 ηγεσία ως προς την τιμή).

- 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, τις περισσότερες φορές, 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 ο υψηλός δείκτης ανεργίας 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 συμβοηθούμενα και μη αμειβόμενα μέλη.

### 2.2.3 Επίπεδο τιμών στα τρόφιμα σε σχέση με την Ευρώπη

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 να 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%<sup>5</sup>, 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

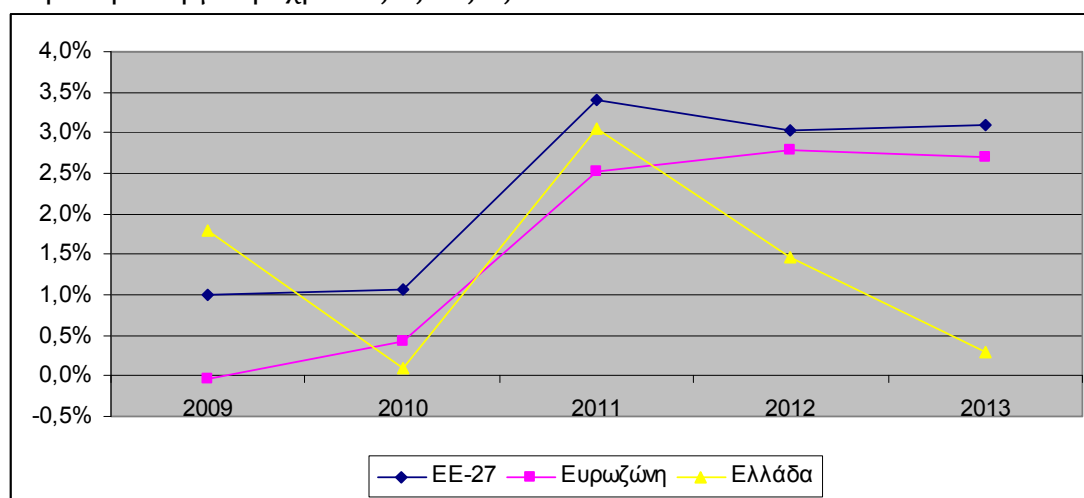
Τα στοιχεία για το 2013 αναφέρονται στο μέσο όρο των δύο πρώτων μηνών.

<sup>5</sup> Στοιχεία δείκτη Index Mundi.

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).

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

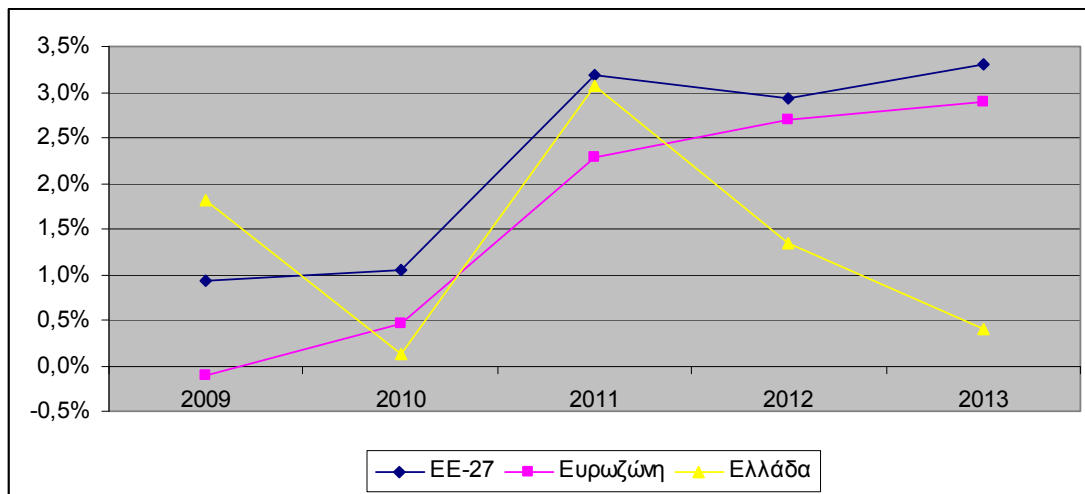


**Πηγή:** Eurostat

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



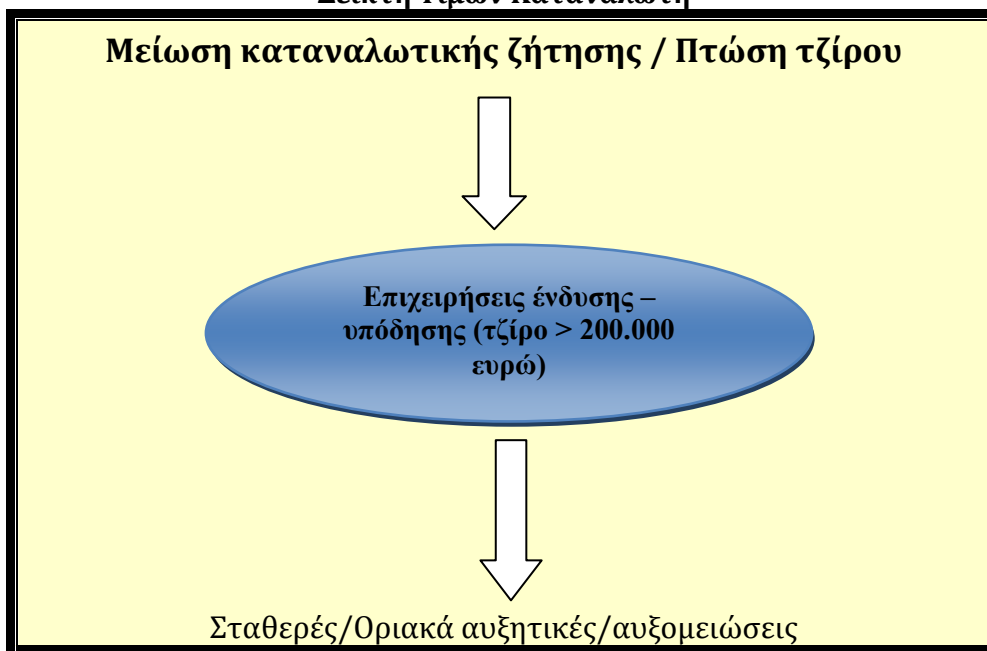
**Πηγή:** Eurostat: Τα στοιχεία για το 2013 αναφέρονται στο μέσο όρο των δύο πρώτων μηνών.



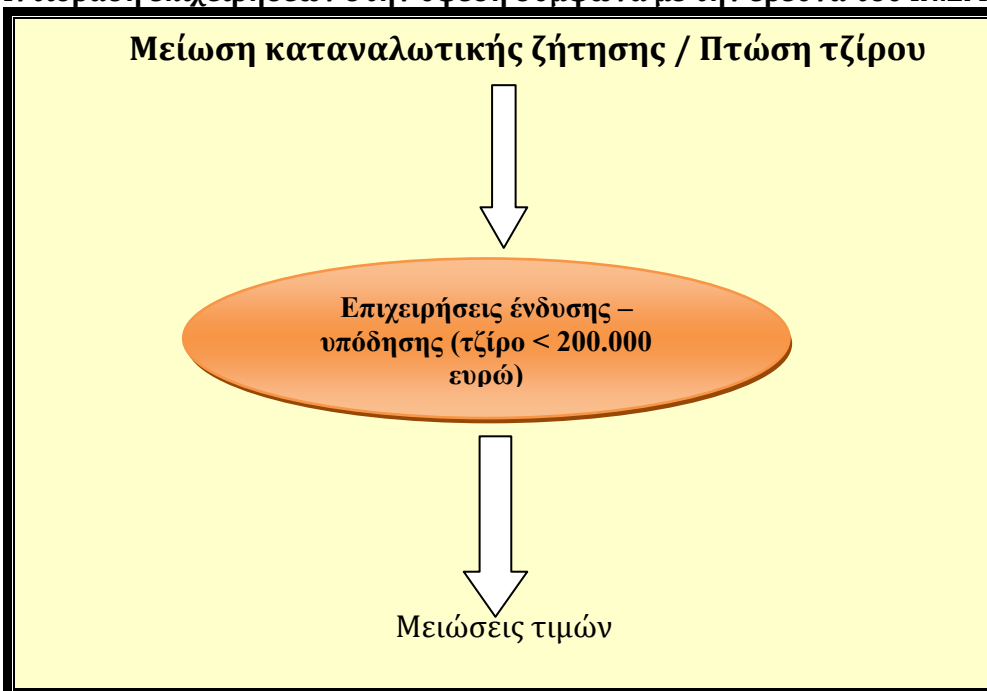
### Κεφάλαιο 3ο : Συμπεράσματα

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

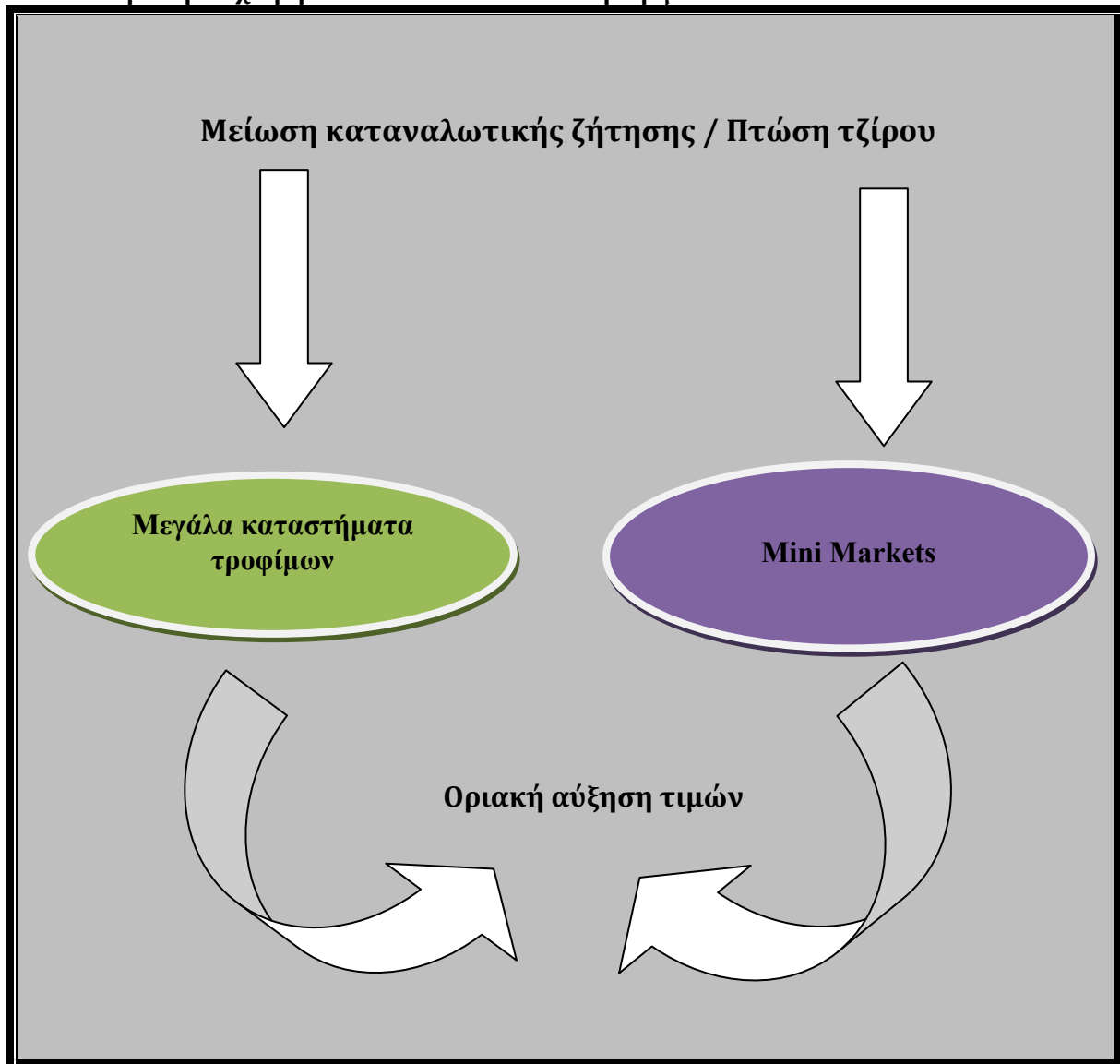
**Αντίδραση επιχειρήσεων στην ύφεση σύμφωνα με το  
Δείκτη Τιμών Καταναλωτή**



**Αντίδραση επιχειρήσεων στην ύφεση σύμφωνα με την έρευνα του IN.EM.Y**



## 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 μπορούμε να γνωρίζουμε ότι η στρατηγική στο τομέα των τιμών για τις μικρές επιχειρήσεις θα συνεχίσει και στο μέλλον να είναι ίδια. Αντίθετα, μπορούμε να υποθέσουμε ότι η συμπίεση τιμών, στην οποία έχουν ήδη προβεί στο κλάδο ένδυσης και υπόδησης, έχει εξαντληθεί ώστε να μην υπάρχει περιθώριο για περαιτέρω μείωση των τιμών τους σε συνδυασμό με τις αλληπάλληλες φορολογικές 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, δεν μπορούμε με βεβαιότητα να καταλήξουμε στο συμπέρασμα ότι κρατούν σταθερές τις «πραγματικές» τιμές τους, γιατί δεν υπάρχει πρόσβαση στην τελική τιμή του αγοραστή μετά τη 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 τον 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, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις οι οποίες στην Ελλάδα, απασχολούν έως 4 άτομα ενώ μεγάλο ποσοστό 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 στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης (τελευταίο κρίκο της αλυσίδας) αλλά σε όλα τα προηγούμενα στάδια. Είναι άλλωστε γνωστή η ανεπάρκεια ανταγωνιστικών συνθηκών σε κρίσιμους τομείς των τροφίμων.

## Πιθανοί προσδιοριστικοί παράγοντες για το επίπεδο τιμών στο σύνολο της ελληνικής αγοράς

1. Οι υψηλοί συντελεστές ΦΠΑ. Στην Ελλάδα αυξήθηκαν οι συντελεστές ΦΠΑ και διαμορφώθηκαν στο επίπεδο του 13% και 23%, αρκετά υψηλότερα από την Ισπανία (οι αντίστοιχοι είναι 8% και 18%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (5% και 20%).
2. Οι ενδοομιλικές συναλλαγές πολυεθνικών (**transfer pricing**), οι οποίες φουσκώνουν τις τιμές αλλά και το κόστος προκειμένου να αποφεύγουν τη φορολογία στην Ελλάδα. Οι εν Ελλάδι θυγατρικές εισάγουν προϊόντα με τεχνητά υψηλό κόστος, το οποίο μετακυλύεται μέσω των υψηλών τιμών, στους καταναλωτές.
3. Οι ρήτρες απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών, ο εξαναγκασμός δηλαδή των λιανέμπορων να μην αγοράζουν από θυγατρικές των προμηθευτών τους σε άλλες χώρες όπου ενδεχομένως πωλούν φθηνότερα σε σχέση με την ελληνική αγορά.
4. Οι στρεβλώσεις σε σχετικές με το εμπόριο αγορές όπως στις μεταφορές, εφοδιαστική αλυσίδα (logistics) κ.λπ., οι οποίες, εξαιτίας της ιδιομορφίας τους, εμποδίζουν τον ανταγωνισμό και συμβάλλουν στη διόγκωση των τελικών τιμών π.χ. απαγόρευση συνδυαστικών μεταφορών νωπών με άλλα προϊόντα.
5. Οι πολεοδομικοί περιορισμοί στις προδιαγραφές κτηρίων που εμποδίζουν την πλήρη εκμετάλλευση των αποθηκευτικών χώρων και λοιπά, γραφειοκρατικού τύπου προσκόμματα, π.χ. η δυνατότητα προμήθειας φθηνότερων μεν καυσίμων από το εξωτερικό αλλά υπό την αυστηρή προϋπόθεση της ύπαρξης δεξαμενών αποθήκευσης για χρονικό διάστημα 60 ημερών.
6. Η ολιγοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς χονδρικού και λιανικού εμπορίου με διάφορες μυστικές συμφωνίες δημιουργούν τα γνωστά και άγνωστα «καρτέλ», τα οποία το Υφυπουργείο Εμπορίου οφείλει να αντιμετωπίζει και η Επιτροπή Ανταγωνισμού να τιμωρεί.
7. Η διατήρηση υψηλών περιθωρίων κέρδους σε τμήμα της εγχώριας αγοράς παρά την ύφεση. Ειδικότερα σύμφωνα με την Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος παρατηρείται ότι από τη σύγκριση της προαναφερθείσας μείωσης του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στο σύνολο της οικονομίας την διετία 2012-13 προκύπτει διεύρυνση του περιθωρίου κέρδους στην οικονομία συνολικά.

8. Η μεγάλη εξάρτηση από τις διακυμάνσεις των διεθνών τιμών πετρελαίου, με επιβάρυνση στην τελική τιμή σε σειρά προϊόντων όπου τα καύσιμα χρησιμοποιούνται ως πρώτη ύλη έχουν αυξήσει το κατά μονάδα κόστος καθώς έχουν εκτινάξει και το κόστος των μεταφορών.
9. Η πεπατημένη πως οι βραχυπρόθεσμες εκπτώσεις και προσφορές λειτουργούν περισσότερο ελκυστικά για τους καταναλωτές παρά οι μόνιμα χαμηλές τιμές. Επίσης, η εσφαλμένη επιλογή των ταχέως και βραδέως κινούμενων εμπορευμάτων, οδηγεί σε λάθος υπολογισμό αντικατάστασης (**stock replacement**) και του σωστού ποσοστού κέρδους.
10. Η πτώση του μισθολογικού κόστους αλλά και του κόστους μίσθωσης επαγγελματικής στέγης (ενοίκια) αντισταθμίστηκε πλήρως αφενός από τους αναδρομικούς φόρους, έκτακτες εισφορές και τις αυξήσεις στους λογαριασμούς των ΔΕΚΟ και αφετέρου από την άνοδο των επιτοκίων δανεισμού των επιχειρήσεων από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα
11. Η παύση των πιστώσεων που επιβλήθηκε στις ελληνικές εισαγωγικές επιχειρήσεις από τους προμηθευτές τους στο εξωτερικό, λόγω της έλλειψης αξιοπιστίας της χώρας μας (country risk), υποχρεώνοντάς τις στην ουσία να επωμίζονται εξολοκλήρου και της μετρητοίς το κόστος αγοράς πριν την παραλαβή εμπορευμάτων.
12. Η αδυναμία πλήρους αποτύπωσης της ελληνικής πραγματικότητας, αφού σε πολλές περιπτώσεις εκτός από τα συνεχή δεκαήμερα προσφορών, λαμβάνουν χώρα στο ταμείο άτυπες εκπτώσεις και «παζάρια» του υψηλού ΦΠΑ, πριν την έκδοση της απόδειξης, ανάλογα μάλιστα και με τον τρόπο πληρωμής, γεγονός που οδηγεί σε διαμόρφωση λανθασμένων στοιχείων.
13. Η προσήλωση των κρατικών φορέων στην άρση των εμποδίων εισόδου των επιχειρήσεων στην αγορά, θα ήταν αποτελεσματικότερη εάν πρώτα είχαν ενταθεί οι προσπάθειες στην κατεύθυνση του περιορισμού εκείνων των παραγόντων που διαμορφώνουν τις τελικές τιμές π.χ. ΕΕΤΗΔΕ, υπερφορολόγηση ιδιοχρησιμοποιούμενων επαγγελματικών ακινήτων και βεβαίως του πολυλογαριασμού της ΔΕΗ.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

Παράρτημα Α': Συνοπτική Περιγραφή Μεθοδολογίας ΕΛ.ΣΤΑΤ.

### **Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (2009=100,0)**

Ως έτος βάσης του νέου Δ.Τ.Κ. ελήφθη το 2009 (2009=100,0) και όχι το 2008 που είναι το έτος διενέργειας της τελευταίας Ε.Ο.Π. (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών), προκειμένου ο νέος Δ.Τ.Κ να έχει ως βάση ένα πιο πρόσφατο έτος, χρονικά πλησιέστερο στο χρόνο/ημερομηνία ανακοίνωσης των στοιχείων του Δείκτη. Ο νέος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή αναφέρεται, όπως και ο προηγούμενος (με έτος βάσης 2005=100,0), στο Σύνολο της Χώρας, καλύπτοντας (χωρίς διάκριση) τις αστικές, ημιαστικές και αγροτικές περιοχές ενώ από την πλευρά των σταθμίσεων, καλύπτει μόνο τα ιδιωτικά νοικοκυριά (Ελληνικά και ξένα).

**Ταξινόμηση και Συντελεστές στάθμισης των ειδών:** Στο νέο Δ.Τ.Κ, όπως άλλωστε και στον προηγούμενο, η ομαδοποίηση των ειδών (αγαθών και υπηρεσιών) γίνεται σύμφωνα με τη διεθνή ταξινόμηση COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose) ενώ οι νέοι συντελεστές στάθμισης των ειδών του αναθεωρημένου Δ.Τ.Κ (2009=100,0) προέκυψαν από τα αποτελέσματα της ΕΟΠ 2008, αφού προηγουμένως, έγινε προσαρμογή των στοιχείων δαπανών της έρευνας αυτής σε τιμές του 2009 (ως έτους βάσης του νέου Δ.Τ.Κ.). Ο υπολογισμός των συντελεστών αυτών έγινε βάσει της μηνιαίας καταναλωτικής δαπάνης του μέσου νοικοκυριού, κατά ομάδες, υποομάδες και είδη (αγαθά και υπηρεσίες) του Δείκτη. Οι συντελεστές στάθμισης υπολογίζονται ως ποσοστά συμμετοχής των δαπανών για κάθε ομάδα, υποομάδα και είδος (αγαθού ή υπηρεσίας), στο σύνολο των δαπανών του μέσου νοικοκυριού.

Οι συμμετοχές των δαπανών για "Αλκοολούχα ποτά και καπνός", "Ένδυση - Υπόδηση", "Στέγαση", "Διαρκή αγαθά - Είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες", "Υγεία", "Επικοινωνίες" και "Αναψυχή - Πολιτιστικές δραστηριότητες", στη συνολική δαπάνη του μέσου νοικοκυριού μειώθηκαν το 2009 σε σύγκριση με το 2005. Οι μεγαλύτερες μειώσεις παρατηρήθηκαν στα "Αλκοολούχα ποτά και καπνός" (-16,4%), στα "Διαρκή αγαθά - Είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες" (-5,9%), στην "Υγεία"(-5,1%) και στην "Αναψυχή - Πολιτιστικές δραστηριότητες"(-5,0%).

**Πόλεις τιμοληψίας - Πληθυσμιακοί συντελεστές στάθμισης:** Η συλλογή των τιμών (τιμοληψία) των ειδών του νέου Δ.Τ.Κ. διενεργείται σε 24 πόλεις, με σκοπό την αντιπροσωπευτική κάλυψη και των 13 Περιφερειών της Χώρας, από την πλευρά της τιμοληψίας. Τα κριτήρια με τα οποία επιλέγηκαν οι εν λόγω πόλεις είναι το μέγεθος και οι ιδιαιτερότητες των αγορών τους, η διατήρηση της συνέχειας και συγκρισιμότητας του Δείκτη και το επακόλουθο κόστος τιμοληψίας. Συγκεκριμένα η τιμοληψία διενεργείται στις ακόλουθες πόλεις, των οποίων οι αγορές θεωρούνται ως αντιπροσωπευτικά κέντρα ευρύτερων γεωγραφικών περιοχών:

**Αθήνα-Πειραιάς, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα, Ηράκλειο, Καβάλα, Ιωάννινα, Καλαμάτα, Βόλος, Κοζάνη, Κομοτηνή, Μυτιλήνη, Σέρρες, Λαμία, Κέρκυρα, Ρόδος, Τρίπολη, Έδεσσα, Μεσολόγγι, Άγιος Νικόλαος, Λευκάδα, Άμφισσα, Ηγουμενίτσα και Γρεβενά.**

**Σύνθεση του «καλαθιού της νοικοκυράς»:** Ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή έχει ως σκοπό τη μέτρηση των μεταβολών του γενικού επιπέδου των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών ενός προτύπου κατανάλωσης του μέσου νοικοκυριού, το οποίο θεωρείται ότι παραμένει σταθερό μέχρι την επόμενη αναθεώρηση του Δ.Τ.Κ. Η σύνθεση "του καλαθιού της νοικοκυράς" για την περίοδο ισχύος του Δείκτη, η επιλογή δηλαδή των πλέον αντιπροσωπευτικών αγαθών και υπηρεσιών της κατανάλωσης του μέσου νοικοκυριού μέχρι την επόμενη αναθεώρηση του Δ.Τ.Κ., βασίστηκε στα αποτελέσματα της ΕΟΠ 2008 (προσαρμοσμένα σε τιμές του 2009) αλλά και σε ειδική έρευνα της αγοράς.

Συγκριτικά με τον προηγούμενο Δ.Τ.Κ., προστέθηκαν **26** νέα είδη ενώ διεγράφησαν **10** παλαιά είδη που έπαυσαν να είναι αντιπροσωπευτικά της κατανάλωσης του μέσου νοικοκυριού ή έχουν σχεδόν (ή πλήρως) εκλείψει από την αγορά. Συνολικά τα είδη αγαθών και υπηρεσιών του νέου Δ.Τ.Κ. ανέρχονται σε **800** που αναπτύσσονται στη συνέχεια σε πολύ μεγαλύτερο αριθμό ποικιλιών/παραλλαγών. Λαμβάνοντας υπόψη τη σύνθεση των "καλαθιών", αλλά και το πλήθος των ερευνώμενων ειδών των Δ.Τ.Κ. των άλλων Χωρών της Ε.Ε., η σύνθεση του Ελληνικού "καλαθιού" θεωρείται αρκετά αντιπροσωπευτική και το μέγεθος δείγματος των τιμοληπτούμενων ειδών πλήρως ικανοποιητικό.

Η συλλογή των τιμών των ειδών του Δ.Τ.Κ. γίνεται από καταστήματα λιανικής πώλησης, επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, λαϊκές αγορές, κλπ (πηγές τιμοληψίας), που θεωρούνται αντιπροσωπευτικές των κλάδων των καταστημάτων, όπου γίνονται οι αγορές των νοικοκυριών της Χώρας, στις 24 αναφερόμενες και επιλεγμένες, για τιμοληψία, πόλεις. Τα κριτήρια αντιπροσωπευτικότητας των πηγών τιμοληψίας, βάσει των οποίων γίνεται η επιλογή τους, είναι ο όγκος των διενεργούμενων πωλήσεων (για τον υποκλάδο Ένδυσης – Υπόδησης ο ετήσιος τζίρος των επιλεγθεισών επιχειρήσεων δεν μπορεί να είναι κατώτερος των 200.000 ευρώ), η γεωγραφική τους θέση, καθώς και η δυνατότητα διάθεσης, σε συνεχή βάση, των ειδών για τα οποία συλλέγονται τιμές. Από το υπάρχον δείγμα πηγών τιμοληψίας, διατηρούνται εκείνες που εξακολουθούν να είναι αντιπροσωπευτικές, με αντικατάσταση όσων δεν πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις επιλογής τους ενώ ο αριθμός των πηγών τιμοληψίας για όλα τα είδη του Δείκτη (εκτός ενοικίων) ανέρχεται συνολικά σε **5.000** περίπου καταστήματα (ή επιχειρήσεις).

Η συχνότητα συλλογής των τιμών ποικίλλει ανάλογα με τη φύση του αγαθού και η τιμοληψία διενεργείται με επιτόπια επίσκεψη έμπειρων υπαλλήλων της ΕΛ.ΣΤΑΤ. στα καταστήματα, εντός του καθορισμένου χρονικού διαστήματος του μήνα ή την ορισμένη ημέρα της εβδομάδας, οι οποίοι καταγράφουν τις τιμές σε ειδικά σχεδιασμένα έντυπα τιμοληψίας. Οι τιμές που συλλέγονται ανταποκρίνονται στο πραγματικώς καταβαλλόμενο τίμημα και αναφέρονται σε πωλήσεις "**τοις μετρητοίς**". Τα συλλεγόμενα στοιχεία τιμών υφίστανται σειρά ελέγχων ορθότητας, τόσο κατά τη στιγμή της συλλογής όσο και κατά την επεξεργασία τους ενώ η διαδικασία (τιμοληψία) επαναλαμβάνεται μία φορά το μήνα.

**Ειδικός προσδιορισμός ειδών Δ.Τ.Κ.:** Ο ειδικός προσδιορισμός είναι πιθανό να είναι διαφορετικός σε κάθε πόλη ή ακόμα και στα διάφορα καταστήματα της ίδιας πόλης, γιατί καθορίζεται βάσει των καταναλωτικών συνηθειών κάθε περιοχής. Στην περίπτωση που ένα ειδικά προσδιορισμένο είδος παύει να προσφέρεται ή παύει να θεωρείται (σύμφωνα με την έρευνα της αγοράς) σημαντικό για την κατανάλωση, τότε γίνεται αντικατάσταση αυτού και εφαρμόζεται η μέθοδος σύνδεσης των τιμών, κατά την οποία υπολογίζεται η τεκμαρτή τιμή βάσης, βάσει του ύψους του δείκτη του αγαθού που αντικαθίσταται (αλλαγή βάσης).



**Εποχικότητα ειδών Δ.Τ.Κ. μειωμένες τιμές:** Τα είδη ένδυσης και υπόδησης δεν προσφέρονται ακριβώς τα ίδια καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, λόγω εποχικότητας, με συνέπεια η τιμοληψία τους να διαφοροποιείται από περίοδο σε περίοδο. Ανάλογα με την περίοδο συλλογής των τιμών, τα είδη ένδυσης και υπόδησης διακρίνονται σε 3 ομάδες ως εξής:

- **χειμερινά** είδη, με περίοδο συλλογής των τιμών από Οκτώβριο μέχρι Απρίλιο.
- **θερινά** είδη, με περίοδο συλλογής των τιμών από Μάιο μέχρι Σεπτέμβριο.
- **μη εποχικά είδη** (π.χ. εσώρουχα), με συλλογή των τιμών καθόλη τη διάρκεια του έτους.

Υπενθυμίζεται ότι, σύμφωνα με την ακολουθούμενη μέθοδο αντιμετώπισης της εποχικότητας των ειδών ένδυσης και υπόδησης από τον υφιστάμενο Δ.Τ.Κ., τα είδη αυτά παραμένουν συνεχώς εντός του "καλαθιού", αλλά για τους μήνες που δεν προσφέρονται στην αγορά (και συνεπώς δεν γίνεται τιμοληψία), επαναλαμβάνεται η τελευταία παρατηρούμενη κανονική τιμή τους. Επειδή η πρακτική αυτή είναι αντίθετη με τις απαιτήσεις του αναφερόμενου Κανονισμού 330/2009, η Επιτροπή προτείνει την εφαρμογή νέας μεθόδου αντιμετώπισης της εποχικότητας των ειδών ένδυσης και υπόδησης από τον αναθεωρημένο Δ.Τ.Κ. (2009=100,0), ανάλογη με αυτή που εφαρμόζεται στην περίπτωση των ωπών λαχανικών και φρούτων.

Σύμφωνα με τη νέα αυτή μέθοδο, όταν κάποια από τα είδη ένδυσης και υπόδησης είναι εκτός εποχής και συνεπώς δεν τιμοληπτούνται, τότε τα είδη αυτά παραμένουν εκτός του "καλαθιού", έχοντας μηδενικούς συντελεστές στάθμισης. Τα εντός εποχής είδη ένδυσης και υπόδησης που είναι εντός του "καλαθιού" τιμοληπτούνται κανονικά, έχοντας ως συντελεστές στάθμισης, αυτούς που προκύπτουν από τις αντίστοιχες δαπάνες των εν λόγω ειδών κατά τους συγκεκριμένους μήνες που προσφέρονται στην αγορά.

**Αντιμετώπιση προσφορών και εκπτώσεων:** Οι μειωμένες τιμές, λόγω ειδικών προσφορών ή ειδικών εκπτώσεων, που ισχύουν για περιορισμένο χρονικό διάστημα (κάτω του μηνός) ή απευθύνονται σε ορισμένες κατηγορίες καταναλωτών (π.χ. μέλη συνεταιρισμών), δεν λαμβάνονται υπόψη κατά τον υπολογισμό του Δ.Τ.Κ. Επίσης, ειδικές προσφορές που γίνονται με τη διάθεση κάποιου προϊόντος, ως δώρου, δεν λαμβάνονται υπόψη κατά τον υπολογισμό του Δ.Τ.Κ.

Αντίθετα, οι μειωμένες τιμές των γενικών προσφορών και εκπτώσεων λαμβάνονται υπόψη κατά την τιμοληψία. Μετά τη λήξη των εκπτώσεων οι τιμές επανέρχονται στα ίδια, τα προ των εκπτώσεων, επίπεδα, με συνέπεια να μην υπάρχει επίπτωση στο δείκτη, σε 12μηνη περίοδο, εξαιτίας των εκπτώσεων. Η εν λόγω αρχή θεωρείται ενδεδειγμένη για την αντιμετώπιση του θέματος των εκπτώσεων στο Δ.Τ.Κ.

**Ο νέος Δείκτης Τιμών Καταναλωτή:** Οι κυριότεροι λόγοι στους οποίους οφείλονται οι παρατηρούμενες αποκλίσεις μεταξύ του νέου και του προηγούμενου Δ.Τ.Κ., είναι οι εξής:

- i. Οι νέοι συντελεστές στάθμισης των ειδών, όπως αυτοί προέκυψαν από τη νέα ΕΟΠ.
- ii. Η προσθήκη των νέων ειδών.
- iii. Η αλλαγή της μεθόδου αντιμετώπισης της εποχικότητας των ειδών ένδυσης και υπόδησης.
- iv. Η αλλαγή της εποχικότητας και των συντελεστών στάθμισης των ειδών των υπο-ομάδων "νωπά λαχανικά" και "νωπά φρούτα", βάσει των τελευταίων διαθέσιμων στοιχείων. ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ Δ.Τ.Κ. (Έτος βάσης: 2009=100,0)
- v. Η αύξηση του δείγματος των πηγών τιμοληψίας και του πλήθους των συλλεγόμενων τιμών.

Ο νέος Δείκτης σε σύγκριση με τον προηγούμενο, είναι περισσότερο αντιπροσωπευτικός, αφενός γιατί στηρίζεται σε πιο σύγχρονο πρότυπο κατανάλωσης (του **2008**, προσαρμοσμένο σε τιμές του **2009**), και αφετέρου υπολογίζεται με νέους συντελεστές στάθμισης και λαμβάνει υπόψη και νέα είδη (αγαθά και υπηρεσίες), καθώς και παραλλαγές των ειδών αυτών.

#### **Επιτροπή Αναθεώρησης:**

- 1.** Ο νέος Δείκτης, βασιζόμενος στη διάρθρωση της κατανάλωσης του έτους 2008, όπως προέκυψε από την ΕΟΠ του ίδιου έτους (και προσαρμόστηκε σε τιμές του 2009), θεωρείται πληρέστερος από τον παλιό και εκφράζει με μεγαλύτερη ακρίβεια τις μεταβολές του γενικού επιπέδου των τιμών.
- 2.** Η μεθοδολογία κατάρτισης του Δείκτη είναι επιστημονικά τεκμηριωμένη και έγινε σύμφωνα με τα διεθνή πρότυπα, προσαρμοσμένα στην Ελληνική πραγματικότητα.

3. Τα τιμοληπούμενα είδη με τις παραλλαγές τους θεωρείται ότι καλύπτουν επαρκώς όλες τις ομάδες αγαθών και υπηρεσιών.
4. Υιοθετώντας την πρακτική που εφαρμόζεται από τη Eurostat, σε ό,τι αφορά τη δημοσίευση των στοιχείων των Εναρμονισμένων Δεικτών Τιμών Καταναλωτή των Κρατών-μελών της Ε.Ε., προτείνεται ο νέος Δ.Τ.Κ. να εξακολουθήσει να δημοσιεύεται με στρογγυλοποίηση δύο δεκαδικών ψηφίων, όπως συμβαίνει τα τελευταία χρόνια.
5. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος του προσδιορισμού του μεγέθους της μεταβολής στο πρότυπο της κατανάλωσης του μέσου νοικοκυριού, εξαιτίας της οικονομικής στενότητας των νοικοκυριών (ιδιαίτερα κατά τα έτη 2010 και 2011), προτείνεται η ΕΟΠ να εξακολουθήσει να διενεργείται σε ετήσια βάση, ώστε να αποτυπώνονται με σαφήνεια οι εξελίξεις, ως προς τη διαφοροποίηση αυτού του προτύπου. ΑΝΑΘΕΩΡΗΣΗ Δ.Τ.Κ. (Έτος 19 βάσης: 2009=100,0).
6. Στις περιπτώσεις που διαπιστώνεται ότι υπάρχει σημαντική μεταβολή στη διάρθρωση του εν λόγω καταναλωτικού προτύπου, προτείνεται η ΕΛ.ΣΤΑΤ., δια της αρμόδιας Διεύθυνσης Οικονομικών & Βραχυχρόνιων Δεικτών, να προβαίνει στην ανανέωση των συντελεστών στάθμισης του Δ.Τ.Κ., ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι νεότερες εξελίξεις και ο Δείκτης να βασίζεται σε πρόσφατα δεδομένα.

**Παράρτημα Β΄: Είδη Ένδυσης – Υπόδησης που περιλαμβάνονται στο ερωτηματολόγιο της ΕΛ.ΣΤΑΤ**

Ο Πίνακας περιλαμβάνει τα προϊόντα για τα οποία θα καταγράφονται οι τιμές.

<b>Πίνακας: Είδη Ένδυσης – Υπόδησης (ΕΛ.ΣΤΑΤ.)</b>		
<b>Ανδρικά</b>	<b>Γυναικεία</b>	<b>Παιδικά</b>
<b>Εξωτερικά</b>	<b>Ύφασμα</b>	<b>Εξωτερικά</b>
Παλτό	Ταγιέρ Χειμερινό/Θερινό	Μπουφάν
Κουστόμι Χειμερινό/Θερινό	Φούστα Χειμερινή/Θερινή	Παντελόνι Κοτλέ
Παντελόνι Χειμερινό/Θερινό	<b>Εξωτερικά</b>	Παντελόνι Τζην
Παντελόνι Κοτλέ	Παλτό	Παντελόνι Θερινό
Παντελόνι Τζην	Ζακέτα Υφασμάτινη	Πουκάμισο Μακρυμάνικο
Σακάκι Σπορ, Χειμερινό/Θερινό	Φόρεμα Χειμερινό/Θερινό	Πουκάμισο Θερινό/Μπλουζάκι
Μπουφάν Υφασμάτινο	Φούστα Χειμερινή/Θερινή	Πουλόβερ/Φούτερ
Μπουφάν Δερμάτινο	Παντελόνι Χειμερινό/Θερινό	<b>Εσωτερικά</b>
Πουκάμισο Κλασσικό	Παντελόνι Τζην	Πυτζάμες Χειμερινές/Θερινές
Πουκάμισο Θερινό	Ζακέτα/Μπλούζα	Φανελάκι
Πουλόβερ	Μπουφάν	Σλιπάκι
Μαγιό	Πουκάμισο Μακρυμάνικο	Κάλτσες Αθλητικές
Φόρμα Γυμναστικής	Μπλουζάκι Κοντομάνικο	Καλσόν Παιδικό
Σορτς Ανδρικό	Μαγιό	<b>Ενδύματα Μωρών</b>
<b>Εσωτερικά</b>	<b>Εσωτερικά</b>	Παντελονάκι Μωρού
Φανέλα Μαλλοβάμβακη	Σλιπ	Φόρμα Χειμερινή/Θερινή
Φανέλα Βαμβακερή	Λάστεξ	<b>Λοιπά Είδη Ένδυσης</b>

Σλιπ Βαμβακερό/Μπόξερ	Σουτιέν	Ανδρική Ζώνη Δερμάτινη
Κάλτσες Βαμβακερές	Καλσόν	Γραβάτα
Κάλτσες Μάλλινες	Νυχτικό Χειμερινό/Θερινό	Γάντια
Πυτζάμες Χειμερινές/Θερινές	<b>Υλικά Ένδυσης και Εξαρτήματα</b>	Κασκόλ
	Φερμουάρ	Φουλάρι
	Κλωστές Ραψίματος	Σκούφος για παιδιά
		Κράνος προστατευτικό

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

**Παράρτημα Γ': Μέσοι ετήσιοι υποδείκτες τροφίμων και μη αλκοολούχων ποτών και απόλυτες λιανικές τιμές τροφίμων**

<b>Πίνακας 6: Μέσοι Ετήσιοι Υποδείκτες Τροφίμων και μη Αλκοολούχων Ποτών</b>						
<b>Προϊόν</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
ΡΥΖΙ	87,74	99,51	100,52	101,42	102,53	99,89
ΑΛΕΥΡΙ	94,14	99,88	99,19	98,77	104,38	94,38
ΨΩΜΙ	95,83	99,83	100,39	100,71	103,98	102,31
ΓΑΛΑ ΝΩΠΟ ΠΑΣΤΕΡΙΩΜΕΝΟ	109,13	108,96	95,96	101,96	108,24	108,29
ΑΥΓΑ	96,68	99,97	100,39	103,73	106,76	115,09
ΕΛΑΙΟΛΑΔΟ	106,28	101,91	98,94	99,89	98,58	97,36
ΑΛΑΤΙ - ΜΠΑΧΑΡΙΚΑ	97,00	100,13	100,02	100,44	104,93	103,18
ΚΑΦΕΣ	98,29	98,43	99,84	99,99	107,96	105,11
ΜΕΛΙ	97,59	99,07	102,19	102,40	102,83	100,82
ΜΕΤΑΛΛΙΚΟ ΝΕΡΟ	99,94	101,03	98,56	100,32	99,84	98,23
ΧΥΜΟΙ ΦΡΟΥΤΩΝ	96,42	99,66	99,22	99,16	105,67	96,88
ΑΝΑΨΥΚΤΙΚΑ	98,46	99,28	99,79	101,18	107,77	108,27
ΖΑΧΑΡΗ	101,20	100,16	99,42	99,99	122,73	122,99
ΣΟΚΟΛΑΤΕΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΣΟΚΟΛΑΤΑΣ	96,63	98,50	101,92	105,87	108,94	107,13

**Πηγή:** ΕΛΣΤΑΤ

**Πίνακας:** Λιανικές τιμές τροφίμων στο σύνολο χώρας, Ιούνιος 2008-2012

<b>Περιγραφή ειδών (αγαθών και υπηρεσιών)</b>	<b>Ιούνιος 2008</b>	<b>Ιούνιος 2009</b>	<b>Ιούνιος 2010</b>	<b>Ιούνιος 2011</b>	<b>Ιούνιος 2012</b>
Ρύζι μακρύκοκκο -τύπου καρολίνα, ποσότητα 1000 gr	2,46	2,72	2,75	3,00	2,99
Αλεύρι σίτου, ποσότητα 1000 gr	1,31	1,30	1,28	1,23	1,24
Ψωμί, φρατζόλα- τύπου χωριάτικο, ποσότητα 1000 gr	2,08	2,13	2,16	2,08	2,08
Μακαρόνια, χωρίς αυγά , ποσότητα 1000 gr	1,82	1,77	1,76	1,76	1,72
Χοιρινές μπριζόλες, νωπές, ποσότητα 1000 gr	5,40	5,52	5,53	5,43	5,51
Ολόκληρο κοτόπουλο, νωπό, ποσότητα 1000 gr	3,63	3,66	3,68	4,09	3,96
Φιλέτο στήθος κοτόπουλου (χύμα), ποσότητα				8,20	8,33

1000 gr					
Λουκάνικο , τύπου χωριάτικο, ποσότητα 1000 gr	6,95	7,15	7,15	6,82	7,58
Σολομός νωπός, φέτα, ποσότητα 1000 gr				13,38	12,52
Γάλα , φρέσκο , πλήρες , ποσότητα 1000 ml	1,31	1,12	1,15	1,23	1,27
Φυσικό γιαούρτι , από πλήρες γάλα αγελάδος, ποσότητα 1000 ml		3,29	3,14	3,28	3,26
Αυγά κότας, μεγάλο μέγεθος, ποσότητα 10 αυγά	2,11	2,62	2,70	2,72	2,86
Βούτυρο αγελαδινό , αλατισμένο, ποσότητα 250 gr		2,82	2,82	2,88	2,87
Μαργαρίνη , ποσότητα 250 gr				1,06	1,11
Ελαιόλαδο, έξτρα παρθένο, ποσότητα 1000 ml	5,71	5,54	5,48	5,48	5,33
Αραβοσιτέλαιο-Ηλιέλαιο, ποσότητα 1000 ml		2,47	2,39	2,46	2,45
Μήλα - Στάρκιν, ποσότητα 1000 gr	1,92	1,86	1,75	1,83	1,93
Μπανάνες, ποσότητα 1000 gr				1,76	1,77
Κομπόστα φρούτων, καθαρό βάρος 1000 gr		2,23	2,20	2,92	3,28
Καρότα, ποσότητα 1000 gr	1,02	1,10	1,07	0,95	1,00
Ντομάτες, ποσότητα 1000 gr				1,28	1,38
Πατάτες, ποσότητα 1000 gr	0,61	0,75	0,76	0,69	0,61
Πατατάκια , μονό πακέτο, ποσότητα 200 gr				1,84	1,79
Λευκή ζάχαρη, ποσότητα 1000 gr	0,84	0,81	0,80	0,99	1,07
Μαρμελάδα , σε γυάλινο βάζο, ποσότητα 1000 gr	5,10	5,70	5,92	6,30	6,42
Σοκολάτα γάλακτος , ποσότητα 1000 gr		9,75	10,25	10,85	10,96
Τσίχλα , ένα κουτί 10 -12 κουφετάκια				0,96	1,03
Κέτσαπ, ποσότητα 1000 gr	3,68	3,81	4,08		
Καφές φίλτρου, ποσότητα 1000 gr	13,10	13,16	13,36	14,14	14,47
Μαύρο τσάι , σε φακελλάκια, ποσότητα 25 φακελλάκια	2,09	2,11	2,09	2,13	2,06
Στιγμιαίο ρόφημα κακάο, σε σκόνη , ποσότητα 1000 gr				6,55	6,53
Μεταλλικό νερό ,εμφιαλωμένο , ποσότητα 1000 ml	0,32	0,31	0,31	0,28	0,30
Χυμός πορτοκάλι , ποσότητα 1000 ml	1,39	1,36	1,31	1,22	1,30

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

