

# «Πληθωρισμός και οι επιπτώσεις του στο καλάθι της νοικοκυράς»



Ερευνητική εργασία Α' τετραμήνου 2013-2014

Γενικό λύκειο Ελευθερίου Βενιζέλου

Τμήματα Β1-Β2

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ:

Ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα τελευταία χρόνια οι περισσότερες από τις ανεπτυγμένες οικονομίες και το οποίο ορισμένες αντιμετωπίζουν ακόμη, είναι το πρόβλημα του πληθωρισμού. Ως πληθωρισμός ορίζεται η τάση για συνεχή άνοδο του γενικού επιπέδου των τιμών.

Συνεπώς, πληθωρισμός δε σημαίνει ένα υψηλό επίπεδο τιμών. Η ποσοστιαία μεταβολή του επιπέδου των τιμών μέσα σε μία ορισμένη χρονική περίοδο ονομάζεται ρυθμός πληθωρισμού είναι 5%, εννοούμε ότι το επίπεδο των τιμών του τρέχοντος έτους είναι 5% υψηλότερο από αυτό του προηγούμενου έτους.

## ΕΠΙΛΟΓΗ ΘΕΜΑΤΟΣ

Η ομάδα μας επέλεξε αυτό το θέμα με σκοπό να ενημερωθεί και να διευρύνει τις γνώσεις της πάνω στο φαινόμενο του πληθωρισμού. Αρχικά, χωρίσαμε την ερευνητική εργασία σε τέσσερα υποθέματα:

- 1)Ορισμός πληθωρισμού
- 2)Υπολογισμός δείκτη τιμών καταναλωτή(ΔΤΚ)
- 3)Υπολογισμός ΔΤΚ στα τοπικά παραδοσιακά προϊόντα
- 4)Ερευνα σχετικά με τις γνώσεις των καταναλωτών

Στην συνέχεια χωρίσαμε τις αρμοδιότητες της κάθε ομάδας και ξεκινήσαμε την διεξαγωγή της έρευνας μας. Κάθε ομάδα εργάστηκε ξεχωριστά, με διαφορετικό τρόπο και ποικιλία μεθόδων από την αναζήτηση πληροφοριών έως και επισκέψεις.

## ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΜΕ ΤΑ ΔΙΔΑΣΚΟΜΕΝΑ ΜΑΘΗΜΑΤΑ

Το θέμα έχει σχέση φυσικά με τα **Οικονομικά** μαθήματα, με την **Κοινωνιολογία**, αφού είναι πλέον ένα κοινωνικό φαινόμενο. Η βοήθεια της **Πληροφορικής** είναι σημαντική για την ανάπτυξη του project, στην κατασκευή πινάκων, στατιστικών διάγραμμα των αλλά και στην παρουσίαση της εργασίας.

# ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ

## ΟΡΙΣΜΟΣ:

Πληθωρισμός είναι το φαινόμενο της συνεχούς και γενικής αύξησης των τιμών.



## ΠΩΣ ΜΕΤΡΑΜΕ ΤΟΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ:

Επειδή οι άνθρωποι δεν έχουν όλοι τις ίδιες συνήθειες δηλαδή κάποιοι χρησιμοποιούν το αυτοκίνητο τους και κάποιοι χρησιμοποιούν τις συγκοινωνίες για τη μεταφορά τους. Γι' αυτό το λόγο για τη μέτρηση του πληθωρισμού πρέπει να λάβουμε υπόψη μας όλα τα αγαθά και όλες τις υπηρεσίες που καταναλώνονται από τα νοικοκυριά. Π.χ κάποια είδη καθημερινής ανάγκης όπως τρόφιμα, εφημερίδες και βενζίνη, επιπλέον κάποια διαρκή αγαθά όπως τα είδη ένδυσης, υπολογιστές και άλλα, και τέλος ορισμένες υπηρεσίες όπως τα κομμωτήρια, ασφάλειες και διάφορες άλλες.

## **Είδη Πληθωρισμού**

### **α) Πληθωρισμός ζήτησης**

Κατά την άποψη αυτή ο πληθωρισμός είναι αποτέλεσμα υπερβάλλουσας ζήτησης. Καθώς η οικονομία πλησιάζει το επίπεδο της πλήρους απασχόλησης, αρχίζουν να δημιουργούνται στενότητες στην αγορά, με συνέπεια την αύξηση της τιμής τους. Η αύξηση της τιμής των παραγωγικών συντελεστών προκαλεί αύξηση του κόστους παραγωγής και, επομένως, αύξηση της τιμής των προϊόντων. Όταν η οικονομία φτάσει στο επίπεδο της πλήρους απασχόλησης, παραπέρα αύξηση της συνολικής ζήτησης είναι εξ ορισμού πληθωριστική, εφόσον δεν αυξάνεται η παραγωγή.

### **β) Πληθωρισμός κόστους**

Η άποψη ότι ο πληθωρισμός είναι αποτέλεσμα υπερβάλλουσας ζήτησης δεν εξηγεί γιατί υπάρχει πληθωρισμός και σε περιόδους χαμηλής σχετικά ζήτησης, δηλαδή σε περιόδους ανεργίας και μείωσης του εισοδήματος. Ο πληθωρισμός κόστους τονίζει το ρόλο των εργατικών σωματείων και τη δύναμη των ολιγοπωλίων. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, τα εργατικά σωματεία ή, ορισμένα απ' αυτά έχουν αρκετή δύναμη, ώστε να μπορούν να πετυχαίνουν αυξήσεις των μισθών και ημερομισθίων, ακόμα και όταν υπάρχει ανεργία.

### **γ) Στασιμοπληθωρισμός**

Σε παλαιότερες περιόδους ο πληθωρισμός και η ανεργία ήταν φαινόμενα που δεν μπορούσαν να παρατηρηθούν ταυτόχρονα. Σε περιόδους άνθησης παρατηρούσαμε αύξηση των τιμών, αλλά ταυτόχρονα οικονομική ανάπτυξη και μείωση της ανεργίας.

## **ΤΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΧΕΙ Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ;**

Οι Επιπτώσεις του πληθωρισμού στην οικονομία και στην κοινωνία είναι πολλές και σημαντικές. Χαρακτηριστικά αναφέρονται οι εξής:

### **α) Επιπτώσεις στο εισόδημα και το βιοτικό επίπεδο.**

Ο πληθωρισμός πλήττει όσους έχουν σταθερά εισοδήματα ή εκείνους που η αύξηση των εισοδημάτων τους είναι μικρότερη από το ρυθμό πληθωρισμού. Όπως υπάρχουν σε μερικά παραδείγματα, με τον πληθωρισμό μειώνεται η αγοραστική αξία του χρήματος και οι καταναλωτές δεν μπορούν να ικανοποιήσουν στον ίδιο βαθμό τις ανάγκες τους για προϊόντα και υπηρεσίες.

### **β) Επιπτώσεις στην αποταμίευση και τα δάνεια**

Όταν τα επιτόκια καταθέσεων δεν καλύπτουν τον ρυθμό πληθωρισμού, τα άτομα προτιμούν να καταναλώνουν παρά να αποταμιεύουν, αφού γνωρίζουν τα χρήματα που θα αποταμιεύσουν σήμερα θα έχουν μελλοντικά μικρότερη αγοραστική αξία και δεν θα μπορούν να αγοράσουν τις ίδιες ποσότητες αγαθών. Από την άλλη πλευρά ευνοούνται όσοι έχουν πάρει δάνειο στο παρελθόν και τα εξοφλούν σε περιόδους μεγάλου πληθωρισμού, διότι τα χρήματα που επιστρέφουν έχουν μικρότερη αγοραστική αξία από τα χρήματα που είχαν αρχικά δανειστεί. Ο ετήσιος ρυθμός πληθωρισμού της Ευρωζώνης μειώθηκε στο 2% τον Ιανουάριο του 2013 από 2,2% τον Δεκέμβριο του 2012,

σύμφωνα με στοιχεία που ανακοίνωσε η Eurostat. Στην Ελλάδα ήταν μηδενικός και ο χαμηλότερος στην Ευρώπη

## **Νομισματική Πολιτική για την Αντιμετώπιση του Πληθωρισμού**

Για την καταπολέμηση του πληθωρισμού το κράτος μπορεί να χρησιμοποιήσει εκτός από τα μέτρα Δημοσιονομικής πολιτικής και μέτρα Νομισματικής πολιτικής τα οποία βρίσκουν εφαρμογή στην καταπολέμηση των πληθωρισμών ζήτησης και κόστους. Τα μέτρα Νομισματικής Πολιτικής μπορούν να εφαρμοσθούν είτε αυτοτελώς είτε σε συνδυασμό με μέτρα Δημοσιονομικής Πολιτικής. Με τον όρο Νομισματική πολιτική εννοούμε το σύνολο των μέτρων που λαμβάνει το κράτος και επηρεάζει τη ποσότητα του Χρήματος που κυκλοφορεί στην Αγορά.

Τα κυριότερα μέτρα Νομισματικής Πολιτικής των οποίων η εφαρμογή χρησιμοποιείται για την ανάσχεση του πληθωρισμού είναι:

- Η αύξηση του προεξοφλητικού τόκου και των επιτοκίων καταθέσεων. Η αύξηση του τόκου με τον οποίο η Κεντρική Τράπεζα της Ελλάδας δανείζει χρήματα στις εμπορικές τράπεζες, αναγκάζει τις τελευταίες να προσφέρουν δάνεια με μεγαλύτερα επιτόκια με αποτέλεσμα η ζήτηση δανειακών κεφαλαίων από τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες να ελαττώνεται.
- Η αύξηση του ποσοστού υποχρεωτικών διαθεσίμων των εμπορικών τραπεζών. Με την αύξηση αυτή περιορίζεται η δανειοδοτική ικανότητα των εμπορικών τραπεζών και κατ' επέκταση η κυκλοφορία δανειακών κεφαλαίων στην οικονομία.
- Χρεόγραφο στα χρηματοοικονομικά είναι ένα επενδυτικό διαπραγματεύσιμο προϊόν που εκδίδεται από μια κυβέρνηση, μια εταιρεία ή κάποιο άλλο οργανισμό και αποτελεί αποδεικτικό χρέους ή δικαίωμα σε διανεμόμενα κέρδη. Η πώληση χρεογράφων από την Κεντρική Τράπεζα. Η πολιτική πώλησης χρεογράφων, η οποία ονομάζεται και πολιτική της ανοικτής αγοράς εκ μέρους της Κεντρικής Τράπεζας, είναι δυνατό να λάβει δεσπόζουσα μορφή όταν το κράτος προβαίνει στην πώληση σε μεγάλη έκταση σημαντικά ελκυστικών χρεογράφων στο χρηματιστήριο και στις άλλες αγορές χρήματος και απορροφά με τον τρόπο αυτό χρήμα.
- Η πολιτική πιστωτικών ελέγχων και περιορισμών. Οι νομισματικές αρχές μπορεί να φθάσουν στο σημείο, να καθορίσουν με διοικητικές πράξεις ή με νόμο το ύψος του επιτοκίου στην πιστωτική αγορά και τα

όρια των χορηγήσεων των εμπορικών τραπεζών προκειμένου να καταπολεμήσουν τον πληθωρισμό.

## **Κόστος ζωής**

Η αλλαγή στην ευημερία των νοικοκυριών δεν εξαρτάται μόνο από τις αλλαγές στο επίπεδο των εισοδημάτων τους αλλά και από τον πληθωρισμό, δηλαδή τις αλλαγές στο γενικό επίπεδο τιμών. Ωστόσο, ο πληθωρισμός δεν αυξάνει ομοιόμορφα το κόστος ζωής όλων των καταναλωτών γιατί οι τιμές των διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών δεν αυξάνονται με το ίδιο ποσοστό. Η αύξηση του κόστους ζωής λόγω πληθωρισμού είναι μεγαλύτερη για ομάδες καταναλωτών που δαπανούν μεγαλύτερο ποσοστό του εισοδήματός τους σε αγαθά των οποίων οι τιμές αυξάνονται σχετικά περισσότερο. Αντίθετα, ομάδες καταναλωτών που δαπανούν μεγαλύτερο μέρος του εισοδήματός τους σε αγαθά των οποίων οι τιμές αυξάνονται σχετικά λιγότερο αντιμετωπίζουν μικρότερη διάβρωση του βιοτικού επιπέδου τους από τον πληθωρισμό.

### **ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ:**

Κατά γενική ομολογία το κόστος ζωής στην επαρχία είναι χαμηλότερο από αυτό της Αθήνας: Χαμηλότερα ενοίκια, οικονομικότερες ταβέρνες και ποτά, και πολύ φθηνότερα ρούχα και παπούτσια –στα τοπικά, πάντα, καταστήματα. Στις μεγάλες φοιτητούπόλεις, ωστόσο, τα πράγματα είναι λίγο πιο περίπλοκα. Γιατί μπορεί οι ταβέρνες και τα καφέ να διατηρούν χαμηλά τις τιμές προκειμένου να ανταποκρίνονται στο πορτοφόλι του φοιτητή -ωφελώντας και την υπόλοιπη τοπική κοινωνία- όμως τα ενοίκια συχνά «ξεφεύγουν» από τα λογικά όρια, ενώ ακριβά είναι σε πολλές περιπτώσεις και τα εισιτήρια στα μέσα μαζικής μεταφοράς.

### **ΔΕΙΚΤΗΣ ΤΙΜΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ:**

Ο δείκτης τιμών καταναλωτή είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο μέτρο του πληθωρισμού και θεωρείται μερικές φορές ως δείκτης για την αποτελεσματικότητα της οικονομικής πολιτικής της κυβέρνησης. Παρέχει πληροφορίες σχετικά με τις μεταβολές των τιμών στην οικονομία της χώρας,

της επιχείρησης, την εργασία και τους ιδιώτες. Χρησιμοποιείται συνήθως απ' την κυβέρνηση ως οδηγός για τη λήψη οικονομικών αποφάσεων.

### **ΤΑ ΑΓΑΘΑ ΤΟΥ ΚΑΛΑΘΙΟΥ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ:**

Δεν είναι μια ακριβή καταγραφή των δαπανών για το κάθε νοικοκυριό μεμονωμένα αλλά δίνει μια καλή ιδέα για το πώς οι αυξήσεις των τιμών επηρεάζουν τις τυπικές δαπάνες των νοικοκυριών και τη μεταβολή της αγοραστικής δύναμης ενός δολαρίου λόγω του πληθωρισμού.

Ο ΔΤΚ αποτελείται από όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζονται για κατανάλωση από τον πληθυσμό αναφοράς. Οι βασικότερες ομάδες των κατηγοριών έχουν ως εξής:

- 1. Τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά**
- 2. Αλκοολούχα ποτά και καπνός**
- 3. Είδη ένδυσης και υπόδησης**
- 4. Στέγαση, ύδρευση, ηλεκτρισμός και θέρμανση**
- 5. Επίπλωση, οικιακός εξοπλισμός**
- 6. Υγεία**
- 7. Μεταφορές**
- 8. Επικοινωνίες**
- 9. Αναψυχή και πολιτισμός**
- 10. Εκπαίδευση**
- 11. Εστιατόρια και ξενοδοχεία**
- 12. Άλλα αγαθά και υπηρεσίες**



## Τι είναι ο Δείκτης τιμών καταναλωτή;

Ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή είναι η μέση μεταβολή με το χρόνο στις τιμές που πληρώνουν οι καταναλωτές αστικών περιοχών για ένα "καλάθι" καταναλωτικών αγαθών και υπηρεσιών. Το καλάθι του ΔTK έχει αναπτυχθεί από λεπτομερείς πληροφορίες για δαπάνες που παρέχονται από οικογένειες και ιδιώτες για το τι πραγματικά αγόρασαν. Και αποτελείται από όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζονται για κατανάλωση από τον πληθυσμό αναφοράς.

## Γιατί χρησιμοποιείται;

Ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔTK) καταρτίζεται από την Ελληνική Στατιστική Αρχή (ΕΛΣΤΑΤ) και χρησιμοποιείται για τη μέτρηση των μεταβολών του γενικού επιπέδου των τιμών των αγαθών και υπηρεσιών που συνθέτουν το "καλάθι της νοικοκυράς".

## Στόχος ΔTK:

Στόχος του ΔTK είναι να καλύψει το πλήρες φάσμα της τελικής καταναλωτικής δαπάνης ώστε να δοθεί μια έγκαιρη και σαφής εικόνα του πληθωρισμού.

## Υπολογισμός ΔTK

Για τον Υπολογισμό του ΔTK η ΕΛΣΤΑΤ, κάνει τιμοληψίες 1 φορά τον χρόνο τουλάχιστον και παρατηρεί τις μεταβολές στις τιμές των προϊόντων, του καλάθιού της νοικοκυράς και υπολογίζουν τον Πληθωρισμό.

## Εναρμονισμένος Δείκτης Τιμών (ΕνΔTK):

Κάθε μήνα, οι εθνικές στατιστικές υπηρεσίες χρησιμοποιούν "εναρμονισμένες" μεθόδους για την καταγραφή των τιμών καταναλωτή για μια μεγάλη δέσμη αγαθών και υπηρεσιών που είναι ενδεικτικές της τελικής εθνικής καταναλωτικής δαπάνης των νοικοκυριών. Η Eurostat χρησιμοποιεί τα δεδομένα των εθνικών στατιστικών υπηρεσιών για να υπολογίσει τον **ΕνΔTK** για την Ευρωζώνη και το σύνολο της ΕΕ. Η εναρμονισμένη μέθοδος επιτρέπει τη σύγκριση μεταξύ των στατιστικών στοιχείων των κρατών μελών. Ο ΕνΔTK διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο πλαίσιο του προσανατολισμού της δημοσιονομικής πολιτικής, καθώς αποτελεί το βασικό μέτρο που χρησιμοποιείται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) για την αξιολόγηση της σταθερότητας των τιμών στην ευρωζώνη.



Προϊόν	Ποσότητα	Τιμή	Τελική Τιμή 1	Τιμή	Τελική Τιμή 2	Διαφορά	Αύξηση-Μείωση
Φρέσκο Γάλα 1Λ	1	€ 1,23	€ 1,23	€ 1,51	€ 1,51	€ 0,28	22,76%
Γιαούρτι 1Λ	1	€ 3,16	€ 3,16	€ 3,16	€ 3,16	€ 0,00	0,00%
Μαργαρίνη 250γρ.	1	€ 1,22	€ 1,22	€ 1,09	€ 1,09	-€ 0,13	-10,66%
βαδα Αυγά	1	€ 1,92	€ 1,92	€ 1,92	€ 1,92	€ 0,00	0,00%
Φέτες Γαλοπούλας	1	€ 1,87	€ 1,87	€ 1,66	€ 1,66	-€ 0,21	-11,23%
Αλατι 750γρ	1	€ 1,87	€ 1,87	€ 1,87	€ 1,87	€ 0,00	0,00%
Φέτα το Κιλο	1	€ 9,07	€ 9,07	€ 9,07	€ 9,07	€ 0,00	0,00%
Τυρί 1 Κιλο	1	€ 7,20	€ 7,20	€ 7,20	€ 7,20	€ 0,00	0,00%
Μακαρόνια	1	€ 0,84	€ 0,84	€ 0,84	€ 0,84	€ 0,00	0,00%
Ρύζι 500γρ	1	€ 1,49	€ 1,49	€ 1,56	€ 1,56	€ 0,07	4,70%
Ελαιόλαδο 1Λ	1	€ 5,16	€ 5,16	€ 4,98	€ 4,98	-€ 0,18	-3,49%
Πελτές Ντομάτας 500γρ	1	€ 0,62	€ 0,62	€ 0,62	€ 0,62	€ 0,00	0,00%
Γάλα Εβαπορέ 410γρ	1	€ 0,87	€ 0,87	€ 0,87	€ 0,87	€ 0,00	0,00%
Ζάχαρη 1Κιλό	1	€ 1,06	€ 1,06	€ 1,06	€ 1,06	€ 0,00	0,00%
Αλεύρι για Όλες τις Χρήσεις	1	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 1,25	€ 0,00	0,00%
Φάρινα 500γρ	1	€ 0,82	€ 0,82	€ 0,82	€ 0,82	€ 0,00	0,00%
Ελληνικός Καφές 100 γρ	1	€ 1,19	€ 1,19	€ 1,19	€ 1,19	€ 0,00	0,00%
Ψωμί 0,5 Κιλο	1	€ 1,03	€ 1,03	€ 1,03	€ 1,03	€ 0,00	0,00%
Ταμπλέτες	1	€ 9,99	€ 9,99	€ 9,99	€ 9,99	€ 0,00	0,00%
Υγρό Πιάτων 350μλ	1	€ 1,69	€ 1,69	€ 1,89	€ 1,89	€ 0,20	11,83%
Υγρο Τζαμών	1	€ 2,37	€ 2,37	€ 2,37	€ 2,37	€ 0,00	0,00%
Υγρό Επιφανειών	1	€ 2,65	€ 2,65	€ 2,79	€ 2,79	€ 0,14	5,28%
Χλωρίνη 1250μλ	1	€ 2,48	€ 2,48	€ 2,48	€ 2,48	€ 0,00	0,00%
Μαλακτικό 1,5 Λ	1	€ 5,19	€ 5,19	€ 5,19	€ 5,19	€ 0,00	0,00%
Χαρτί Κουζίνας	1	€ 2,92	€ 2,92	€ 2,48	€ 2,48	-€ 0,44	-15,07%
Χαρτί Υγείας	1	€ 6,09	€ 6,09	€ 3,17	€ 3,17	-€ 2,92	-47,95%
Αφρόλουτρο	1	€ 4,49	€ 4,49	€ 4,49	€ 4,49	€ 0,00	0,00%
Οδοντόκρεμα	1	€ 3,98	€ 3,98	€ 3,98	€ 3,98	€ 0,00	0,00%
Σαμπουάν	1	€ 4,38	€ 4,38	€ 4,98	€ 4,98	€ 0,60	13,70%
<b>Σύνολο:</b>	<b>29</b>	<b>€ 88,10</b>	<b>€ 88,10</b>	<b>€ 85,51</b>	<b>€ 85,51</b>	<b>-€ 2,59</b>	<b>-2,94%</b>

Η δεύτερη ομάδα ασχολήθηκε με την μέτρηση του δείκτη τιμών καταναλωτή. Για να το πετύχει αυτό οδηγήθηκε δύο φορές σε κοντινό σούπερ μάρκετ με σκοπό την καταγραφή τιμών των βασικών και αναγκαίων προϊόντων. Συλλέξαμε λοιπόν μία λίστα 29 βασικών προϊόντων, τα οποία στην πρώτη μέτρηση (4/11/2013) κόστιζαν συνολικά 88,10€ ενώ στην δεύτερη (9/12/2013) 85,51 €. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα παραπάνω προϊόντα αναλώνονται κατά μέσο όρο σε χρονική περίοδο μίας εβδομάδας. Από τα συνολικά κόστη μπορούμε να συμπεράνουμε ότι υπάρχει μείωση των τιμών κατά -2,59 €, δηλαδή συναντάμε αποπληθωρισμό. Πιθανά αυτό να συμβαίνει

διότι η δεύτερη μέτρηση έγινε σε περίοδο κοντινή σε εορτές δηλαδή περίοδο όπου τα περισσότερα προϊόντα υποβάλλονται σε μείωση της τιμής τους.

### **Τοπικά Προϊόντα**

Το καλάθι των αγροτικών προϊόντων αποτελεί ένα θεσμό για την Ελλάδα που θα εφαρμοστεί από τη φετινή χρονιά και αναμένεται να έχει αποτελέσματα τα επόμενα χρόνια. Το καλάθι των αγροτικών προϊόντων της Κρήτης θέλει να προβάλλει τα προϊόντα της και να τα αξιοποιήσει ως μοχλό ανάπτυξης.

Τι περιλαμβάνει το καλάθι των αγροτικών προϊόντων της Κρήτης:

Περιλαμβάνει μεταξύ άλλων: ελαιόλαδα, επιτραπέζιες ελιές, σταφύλια, τσικουδιά, πετιμέζι, σταμναγκάθι, εσπεριδοειδή, φραγκόσυκο, αβοκάντο, μπανάνα, γαλακτοκομικά (γάλα, κρέας, αβγά και κυρίως κίτρινα τυριά), κηπευτικά, καλλυντικά με βάση τα τοπικά προϊόντα και αφεψήματα, αρωματικά φυτά και μέλι.

### **Πως μπορούν να γίνουν ανταγωνιστικά τα τοπικά προϊόντα:**

Πώς να ξεκινήσετε εξαγωγές του προϊόντος σας

Για να κάνουμε εξαγωγές πρέπει πρώτα να δημιουργήσουμε το προϊόν μας ή ακόμα καλύτερα την γκάμα των προϊόντων μας. Ένα σωστά μελετημένο προϊόν πρέπει να καλύπτει τις παρακάτω τρεις προϋποθέσεις:

**Πιστοποίηση (Σωστό σχεδιασμό (design)**

**Μελετημένη συσκευασία**

**προϊόντος και υλικών συσκευασίας)**

Η παγκοσμιοποίηση των αγορών έχει οδηγήσει, περισσότερο από ποτέ, στην απελευθέρωσή τους και στην προσφορά πολλών δυνατοτήτων σε κάθε επιχείρηση να επεκταθεί σε αυτές. Η είσοδος βέβαια στην παγκόσμια αγορά παρουσιάζει

ευκαιρίες αλλά και κινδύνους και πρέπει να μελετηθεί με προσοχή και να μην αντιμετωπιστεί ως μια ευκαιριακή προοπτική της επιχείρησης.

Ξεκινώντας, πρέπει να αναφερθεί ότι ο επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει και να λάβει υπόψη του:

Την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος

Τους ανθρώπινους πόρους της επιχείρησης

Τη χρηματοδότηση της επιχείρησης

Τις προσδοκίες και τους στόχους

Προκειμένου ο επιχειρηματίας να ερευνήσει τη θέση του προϊόντος του στις ξένες αγορές πρέπει να λάβει υπόψη του παράγοντες όπως:

1. Ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες-στόχος
2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του ίδιου του προϊόντος
3. Ποια η παραγωγική δυναμικότητα της επιχείρησης

Μπορεί να ακολουθηθεί ένα πρόγραμμα που περιλαμβάνει έρευνα και που μπορεί να αφορά:

1. Μελέτη και καταγραφή των ανταγωνιστικών προϊόντων

α) Τεχνικά χαρακτηριστικά: πρώτες ύλες, μορφή προϊόντος, ποικιλία, τύπος, μεγέθη, σήματα, χρώματα, τροποποιήσεις, βελτιώσεις, ανθεκτικότητα

β) Εκτίμηση της ποιότητας: αντοχή, ικανότητα, απόδοση, εμφάνιση, καταλληλότητα και ευκολία χειρισμού

γ) Νομική κατοχύρωση: σχέδιο (μορφή του προϊόντος, δικαιώματα ευρεσιτεχνίας, εγκρίσεις)

2. Συσκευασία/Παρουσίαση

α) Τεχνικά χαρακτηριστικά: σχεδιασμός, σχήμα, υλικά κατασκευής, αντοχή στις

κλιματολογικές συνθήκες, ευκολία και σταθερότητα στις διαδικασίες φόρτωσης και εκφόρτωσης, διακίνησης, αποθήκευσης και έκθεσης.

β) Ελκυστικότητα: μέγεθος, σχήμα, κατάλληλος χρωματισμός, σφραγίδα ποιότητας και σχεδιασμός ετικέτας (επιγραφής).

γ) Στοιχεία ταυτότητας: σχήμα, χρώμα, ετικέτα σήμα κατατεθέν.

Θα πρέπει ο εξαγωγέας να γνωρίσει το προϊόν του στους ενδεχόμενους εισαγωγείς και να συζητήσει μαζί τους για τις συνθήκες στην πώληση και διακίνηση των προϊόντων. Έτσι θα μπορέσει να έχει μια πρώτη ένδειξη και θα μπορέσει να προχωρήσει σε προσθήκες ή αλλαγές του προϊόντος του όπου αυτό είναι αναγκαίο να γίνει. Το επόμενο βήμα θα πρέπει να είναι η παρουσίαση του προϊόντος σε μια ομάδα χονδρεμπόρων και λιανοπωλητών, έτσι ώστε να πάρει τη γνώμη τους και να συνεχίσει στη λήψη αποφάσεων. Μπορεί επίσης να ζητήσει πληροφορίες απευθείας από τους καταναλωτές

Η ζήτηση του προϊόντος, όπως και στις τοπικές αγορές, είναι καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση των τιμών..

Ο ανταγωνισμός, όπως και στις τοπικές αγορές, επηρεάζει οπωσδήποτε τις τιμές πώλησης των προϊόντων. Ένα νέο προϊόν σε μια καινούρια αγορά μπορεί να έχει υψηλή τιμή, ενώ η εισαγωγή ενός προϊόντος σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά μπορεί να απαιτεί μειωμένη τιμή προκειμένου να κερδισθεί άμεσα μερίδιο αγοράς.

### **Ντόπια και Βιομηχανικά Προϊόντα**

Τα Ντόπια Προϊόντα είναι πιο ποιοτικά αλλά και πιο ακριβά από τα βιομηχανικά προϊόντα.

Αυτό συμβαίνει γιατί τα προϊόντα για να δημιουργηθούν χρειάζονται για αρχή ένα κομμάτι γης μετά πρέπει να πάνε για επεξεργασία μετά για να τα συσκευάσουν και τέλος να πουληθούν.

Όμως στην Κρήτη και γενικά και στην υπόλοιπη Ελλάδα για να γίνουν όλα αυτά χρειάζονται εργατικά χέρια ,ως αποτέλεσμα την αύξηση της τιμής των προϊόντων

Ντόπια :

Τα Ντόπια Προϊόντα :

- Υπάρχουν λίγα μέσα επεξεργασίας προϊόντων
- Ακριβά εργατικά χέρια
- Ακριβές πρώτες ύλες
- Οι υψηλοί φόροι στις εκτάσεις γης με αποτέλεσμα οι προμηθευτές να αγοράζουν ακριβότερα τα προϊόντα

Βιομηχανικά :

Τα Βιομηχανικά :

- Υπάρχουν πολλά μέσα επεξεργασίας πρώτων υλών με αποτέλεσμα την μείωση της τιμής της επεξεργασίας λόγω ανταγωνισμού
- Φθηνές πρώτες ύλες λόγω της εντατικής καλλιέργειά τους
- Υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές στην πώληση προϊόντων

#### Ντόπια

Αρνητικά	Θετικά
Υψηλή τιμή	Υψηλή ποιότητα
	Στήριξη τοπικής οικονομίας
	Φρέσκα

### Βιομηχανικά

Αρνητικά	Θετικά
Πολλά συντηρικά	Χαμηλή τιμή
Μέτρια ποιότητα (όχι πάντα)	
Δεν είναι πάντα φρέσκα	

Η ομάδα μας ασχολήθηκε σχετικά με τις τιμές των τοπικών προϊόντων στο εβδομαδιαίο καλάθι της νοικοκυράς καταφέραμε αυτό χάρις τις δυο επισκέψεις που πραγματοποιήσαμε σε γνωστή αλυσίδα προϊόντων το I.N.K.A

Σύμφωνα με την επίσκεψη μας βρήκαμε ότι υπάρχουν πολλά καινοτόμα κρητικά προϊόντα :

Τυρί

Μέλι

Παξιμάδι

Μυζήθρα

Κρασί

Λάδι

Γραβιέρα

Γάλα

Τσικουδιά

Όμως τα Τοπικά Προϊόντα μπορεί να είναι ποιοτικότερα και υγιεινότερα αλλά εξαιτίας της τιμής τους δεν επιλέγονται από τον καταναλωτή σε μεγάλες ποσότητες.

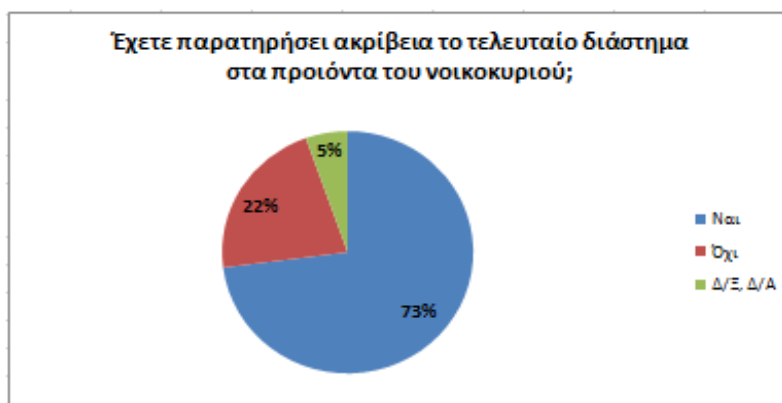
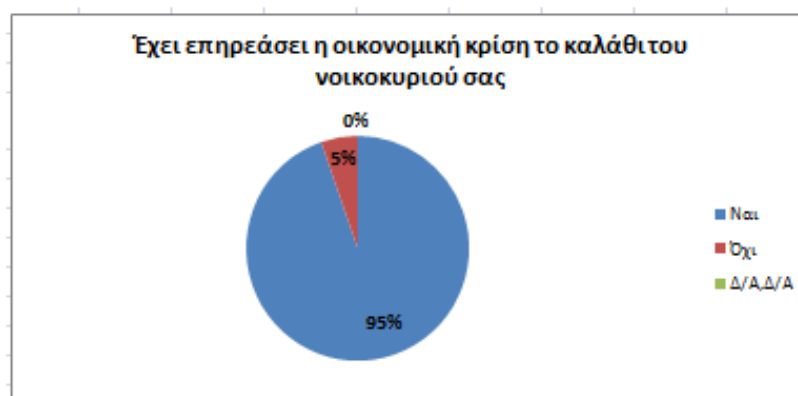
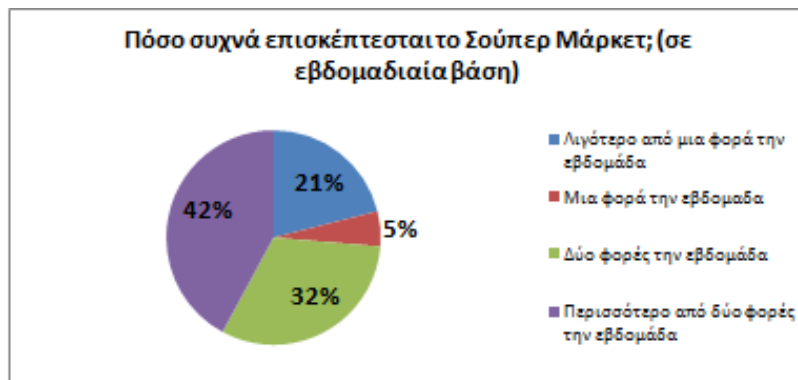
## Η ΟΡΘΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΑΙ ΤΟ ΚΑΛΑΘΙ ΤΟΥ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΟΥ

Ο καταναλωτισμός είναι όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει την τάση της εξίσωσης της προσωπικής ευτυχίας με την απόκτηση υλικών αγαθών και την κατανάλωση. Είναι γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια η υπερβολική κατανάλωση αγαθών κυριαρχεί και πλέον μιλούσαμε για πολίτες καταναλωτικών κοινωνιών που τείνουν προς το υπερκαταναλωτισμό. Και ξαφνικά με την είσοδο της δεκαετίας του '10 η οικονομική κρίση κατέλαβε την παγκόσμια σκηνή και από εκεί που κυριαρχούσε ο υπερκαταναλωτισμός, έρχεται στο προσκήνιο η υποκατανάλωση.

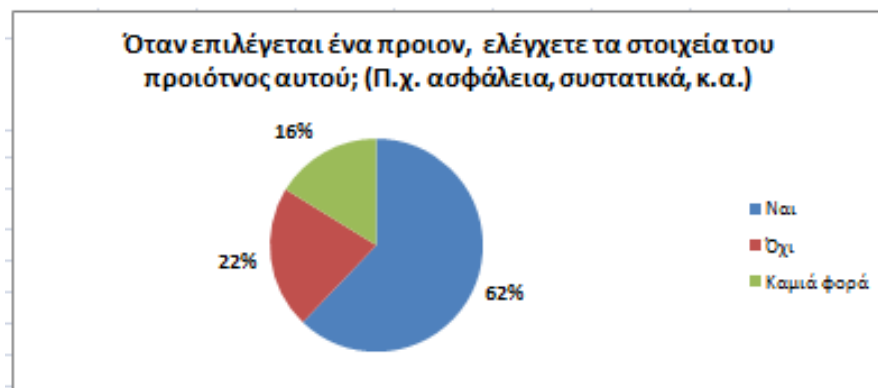
Η ομάδα μας, θέλοντας να παρουσιάσει μια πιο ολοκληρωμένη εικόνα της υποκατανάλωσης που έχει προκαλέσει η οικονομική κρίση, πραγματοποίησε πολλαπλές διεξαγωγές ερωτηματολογίων σε τοπικά σουπερμάρκετ, έτσι ώστε να μπορέσουμε να έρθουμε πιο κοντά στον κόσμο και να δούμε πως η οικονομική κρίση επηρέασε την κατανάλωση και το καλάθι του νοικοκυριού και να βγάλουμε τα δικά μας συμπεράσματα για την ορθή συμπεριφορά των καταναλωτών στις δύσκολες αυτές περιόδους.



## Οι έρευνες έδειξαν...







## **Συμπεράσματα από την έρευνα...**

Λιγότερα είδη περιέχει τώρα το καλάθι του νοικοκυριού. Η οικονομική κρίση την οποία βιώνει η χώρα μας κατά τα τελευταία έτη, έχει ως αποτέλεσμα να πλήξει το μεγαλύτερο ποσοστό των ελληνικών νοικοκυριών και να μειωθούν τα χρήματα που δαπανούνται ακόμη και για την αγορά των απολύτως βασικών προϊόντων. Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία του ΟΟΣΑ, στην Ελλάδα το βασικό καλάθι προϊόντων κοστίζει 100 ευρώ, αντίθετα στην Γερμανία 110 ευρώ αλλά θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην Γερμανία το εισόδημα είναι υπερδιπλάσιο, έναντι του ελληνικού. Στο Λουξεμβούργο 132 ευρώ ενώ στην Τουρκία μόλις 76 ευρώ! Από μελέτες που πραγματοποιήθηκαν σε πανελλήνια κλίμακα προέκυψε το συμπέρασμα ότι έχουν σημειωθεί μειώσεις στις αγορές διάφορων προϊόντων. Σαφώς, τα βασικά είδη, που περιέχει το καλάθι του νοικοκυριού παραμένουν ίδια αλλά έχουν αλλάξει οι καταναλωτικές συνήθειες. Πιο αναλυτικά, ο καταναλωτής ψωνίζει τις καθημερινές του ανάγκες βάσει προσφορών. Επιπλέον, πολλές εταιρίες δίνουν την ευκαιρία στους καταναλωτές μέσω των προσφορών να αγοράζουν τα προϊόντα που επιθυμούν σε πολύ καλές τιμές αλλά και στην ίδια ποσότητα διατηρώντας την άριστη ποιότητα. Γενικότερα όλοι οι καταστηματάρχες διεκδικούν την παροχή περισσότερων προσφορών σε προϊόντα που είναι περισσότερο επιθυμητά στους καταναλωτές. Βέβαια στην εποχή μας οι καταστηματάρχες επιδιώκουν την διατήρηση του ήδη υπάρχοντος πελατολογίου και όχι αύξηση των κερδών. Εξαιτίας της οικονομικής κρίσης έχει μειωθεί σημαντικά η ποσότητα των αγορών. Συγκεκριμένα πλέον είναι πολλοί οι καταναλωτές που προτιμούν τα μη επώνυμα προϊόντα, τα οποία διατίθενται σε χαμηλότερες τιμές. Επιπλέον τα βασικά είδη που περιέχει το καλάθι της νοικοκυράς έχει περιοριστεί σε μεγάλο βαθμό και αποτελούνται κυρίως από τρόφιμα. Σε παλαιότερα έτη ο καταναλωτής με 100 ευρώ, είχε την δυνατότητα να αγοράσει πολλά περισσότερα προϊόντα συγκριτικά με φέτος καθώς οι βιομηχανίες έχουν προχωρήσει σε αύξηση τιμών.

## **Συμβουλές ορθής κατανάλωσης...**

- Να αντιμετωπίζετε με επιφυλακτικότητα τις μεγάλες εκπτώσεις : Εξετάστε την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων και να κάνετε πάντα σύγκριση τιμών ιδίων προϊόντων από κατάστημα σε κατάστημα πριν προβείτε στην επιθυμητή αγορά.
- Την τιμή που είχε ένα προϊόν πριν την έκπτωση την ξέρει μόνον ο καταστηματάρχης και ο μόνος που μπορεί να την ελέγξει είναι ο καταναλωτής που την είχε καταγράψει.

- Εάν διαπιστώσουμε ότι σε κάποιο προϊόν που είχαμε επισημάνει την τιμή του πριν τις εκπτώσεις, ο πωλητής γράφει άλλη τιμή για να παρουσιάσει μεγαλύτερη έκπτωση, του το λέμε, για να μην έχει την εντύπωση ότι αποδίδουν τέτοιου είδους τεχνάσματα που προσβάλουν εκτός από τον ίδιο όλη την τοπική αγορά. Η ριζική αλλαγή στα είδη της βιτρίνας μετά την έναρξη των εκπτώσεων θεωρείται ύποπτη.
  - Μην αγοράζετε προϊόντα επειδή είναι φθηνά : Τέτοια λογική μπορεί να αποβεί μοιραία για την υποτιθέμενη σωστή διαχείριση χρήματος που θέλουμε να κάνουμε. Τα προϊόντα θα είναι περιττά όσο φθηνά και αν είναι.
  - Προτιμάτε εποχιακά είδη : Κατά την περίοδο των εκπτώσεων, μπορείτε να επωφεληθείτε κυρίως από εποχιακά είδη (ένδυσης – υπόδησης), τα οποία θα τα βρείτε φθηνότερα παρά από είδη οικιακής χρήσεως, ηλεκτρονικές συσκευές, εξοπλισμό, έπιπλα. Οι τιμές αυτών των προϊόντων αυξομειώνονται καθ' όλη την διάρκεια τους έτους. Έτσι μπορείτε να πετύχετε μια συμφέρουσα τιμή στα ανάλογα προϊόντα σε όλη την διάρκεια του χρόνου και όχι απαραίτητα σε περίοδο εκπτώσεων.
  - Πιστωτικές Κάρτες: Ειδικά την περίοδο των εκπτώσεων οι καταναλωτές πρέπει να είναι ιδιαίτερα φειδωλοί στην χρήση πιστωτικών καρτών, αφού η υπερχρέωση πλέον αυτών των καρτών αποτελεί την μεγαλύτερη πληγή για τα περισσότερα νοικοκυριά.
  - Πηγαίνοντας να αγοράσετε κάποιο προϊόν, θα μπορούσατε να εμπιστευθείτε την γνώμη ενός δεύτερου ατόμου. Τις περισσότερες φορές η αυξημένη μας επιθυμία κατανάλωσης και εξοικονόμησης χρήματος, μας καθιστά άκαμπτους να αποφασίσουμε εάν ένα προϊόν είναι καλό και ταιριάζει στις ανάγκες μας. Η ήρεμη γνώμη του άλλου ατόμου, θα μας βοηθήσει να αποφασίσουμε και να αξιολογήσουμε τις ουσιαστικές μας ανάγκες.
  - Απόδειξη: Μην ξεχνάτε ποτέ να ζητάτε την απόδειξη που συνοδεύει τις αγορές σας, όχι μόνον γιατί την απαιτεί ο νόμος, αλλά και θα χρειασθεί για τυχόν αλλαγή του προϊόντος.. Το μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης για τις αγορές μας βαρύνει πρωτίστως εμάς τους ίδιους.
-

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε τις επιλογές και τις προτιμήσεις των καταναλωτών, Παρατηρούνται μειώσεις στις τιμές ορισμένων προϊόντων στο καλάθι της νοικοκυράς αλλά παράλληλα τα νοικοκυριά επιβαρύνονται με άλλες δαπάνες (καύσιμα, μεταφορές, εκπαίδευση επικοινωνία, ένδυση, στέγαση) που πλήττουν το εισόδημα τους.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Αρχές οικονομικής θεωρίας, *Λιανός-Παπαβασιλείου-Χατζηανδρέου*

2. Αρχές οικονομίας *Α' Λυκείου*.

Ιστοσελίδες

<http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE>

<http://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.el.html>