

Η μεγάλη πτώση του τζίρου περιορίζει τα περιθώρια μείωσης των τιμών

Περιορισμένα είναι τα περιθώρια περαιτέρω συμπίεσης των τιμών, ειδικά από τις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς πλέον ο τζίρος τους κατά την τελευταία διετία έχει υποχωρήσει σωρευτικά έως και 60%.

Στο παραπάνω συμπέρασμα καταλήγει έρευνα για το επίπεδο τιμών στην Ελλάδα, την οποία διεξήγαγε το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου (ΙΝΕΜΥ - ΕΣΣΕ).

Παράλληλα, στην έρευνα επιρρίπτεται ευθύνη για την περιορισμένη μείωση των τιμών στις μεγάλες λιανεμπορικές αλυσίδες, καθώς τονίζεται ότι αυτές δεν κάνουν μόνιμη μείωση, αλλά περιορίζονται στις προωθητικές ενέργειες.

Διαμετρικά αντίθετη άποψη, ωστόσο, εξέφρασε χθες ο επικεφαλής της Μαρινόπουλος Α.Ε., κ. Ζερόμ Λουμπέρ, ο οποίος, μιλώντας στο συνέδριο του Economist, υποστήριξε ότι η κινητήρια δύναμη του αποπληθω-

ρισμού είναι τα μεγάλα σούπερ μάρκετ. Ο ίδιος, επίσης, τάχθηκε για μια ακόμη φορά υπέρ της λειτουργίας των καταστημάτων τις Κυριακές, καθώς και υπέρ της διάθεσης από τα σούπερ μάρκετ των μη συνταγογραφούμενων φαρμάκων.

Στο πλαίσιο της έρευνας της ΕΣΣΕ εξετάστηκε το επίπεδο τι-

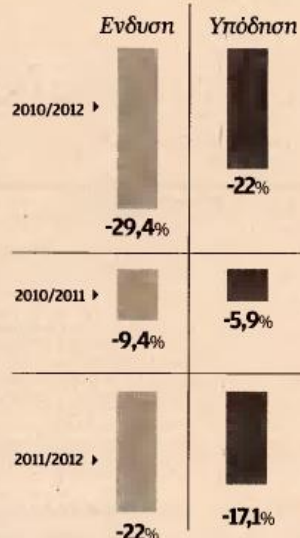
Σωρευτικά την τελευταία διετία οι τιμές στον κλάδο ένδυσης-υπόδησης έχουν υποχωρήσει κατά 28,2%.

μών στις επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών κάτω των 200.000 ευρώ (πρόκειται για τις επιχειρήσεις που δεν λαμβάνονται υπόψη στη μέτρηση του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή) του κλάδου ένδυσης/υπόδησης καθώς

σε μικρές επιχειρήσεις τροφίμων. Από την έρευνα προέκυψε ότι σωρευτικά την τελευταία διετία οι τιμές στον κλάδο ένδυσης-υπόδησης έχουν υποχωρήσει κατά 28,2%.

Μάλιστα, στο πλαίσιο της έρευνας επιχειρείται και η καταγραφή της μείωσης της τιμής μετά το «παζάρεμα» που γίνεται εντός του καταστήματος, πρακτικό που εφαρμόζεται συχνά στις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την έρευνα, εάν ληφθεί υπόψη και αυτή η παράμετρος, τότε η πραγματική υποχώρηση τιμών στον κλάδο ένδυσης-υπόδησης είναι την τελευταία διετία της τάξης του 36,8%.

Διαφορετική είναι η κατάσταση στον κλάδο των τροφίμων. Στην περίπτωση αυτή παρατηρείται αύξηση των τιμών στις μικρές επιχειρήσεις του κλάδου κατά 3% την τελευταία διετία, κυρίως διότι έχουν εξαιρετικά χαμηλή διαπραγματευτική ισχύ της κονδριακής τιμής. Επιπλέον, όπως επισημαίνεται στην έρευνα, οι



ΠΗΓΗ: ΙΝΕΜΥ-ΕΣΣΕ

Η μεταβολή των τιμών στον κλάδο ένδυσης-υπόδησης



Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ

προσφορές-εκπτώσεις των προμηθευτών διαμορφώνονται σε πολύ μικρότερο ποσοστό στις μικρές επιχειρήσεις σε σχέση με τις μεγάλες. Ακριβώς, η διαφοροποίηση αυτή στρέφει όλο και περισσότερους καταναλωτές στις

μεγάλες αλυσίδες σούπερ μάρκετ, όπου βρίσκουν πολύ περισσότερες προσφορές. Συνέπεια αυτού είναι η απώλεια τζίρου για τους μικρούς και η αδυναμία συμπίεσης των τιμών.

Δ.Μ.