



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΥ & ΠΟΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Ο ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ ΣΤΑ ΠΟΤΑ, ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ & ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ»**

ΤΑΠΕΙΝΟΥ ΔΗΜΗΤΡΑ, 18685022

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΡΑΜΖΙ ΑΛ ΙΝΣΑΟΥΙ

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2023



UNIVERSITY OF WEST ATTICA
SCHOOL OF FOOD AND SCIENCE
DEPARTMENT OF WINE, VINE AND BEVERAGE SCIENCES

BACHELOR THESIS

«INFLATION FOR BEVERAGES IN EUROPE AND GREECE»

TAPEINOU DIMITRA, 18685022

SUPERVISOR: RAMZI ALINSWAWI

ATHENS, FEBRUARY 2023



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΟΙΝΟΥ, ΑΜΠΕΛΟΥ & ΠΟΤΩΝ

ΔΗΛΩΣΗ ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

Οι υπογράφοντες δηλώνουμε ότι έχουμε εξετάσει την πτυχιακή εργασία με τίτλο:

“Ο πληθωρισμός στα ποτά, στην Ελλάδα & στην Ευρώπη”

και βεβαιώνουμε ότι έγινε δεκτή.

Ψηφιακή Υπογραφή Επιβλέποντα Καθηγητή (1ου Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (2ου Μέλους Επιτροπής)	
Ψηφιακή Υπογραφή Καθηγητή (3ου Μέλους Επιτροπής)	

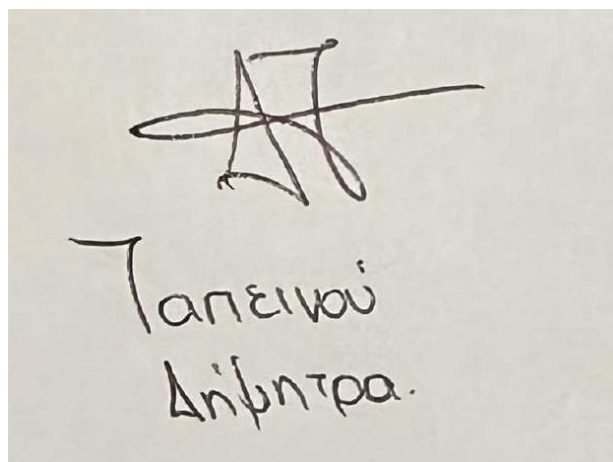
ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογράφουσα Ταπεινού Δήμητρα του Γεωργίου με αριθμό μητρώου 18685022 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Επιστημών Τροφίμων του Τμήματος Επιστημών Οίνου, Αμπέλου και Ποτών δηλώνω υπεύθυνα ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Ονοματεπώνυμο και υπογραφή συγγραφέα πτυχιακής εργασίας



Ταπεινού
Δήμητρα.

Περίληψη

Ο πληθωρισμός είναι ένα οικονομικό φαινόμενο που εμφανίζεται σε διάφορες περιόδους της ανθρώπινης ιστορίας. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, στην Ευρωζώνη είναι επιθυμητό στη σύγχρονη εποχή να διατηρείται ένας πληθωρισμός 1,5 έως 2%, καθώς και ο αποπληθωρισμός είναι ένα φαινόμενο που πρέπει να αποφεύγεται, διότι είναι σημείο μιας αποδυναμωμένης οικονομίας. Εντούτοις, οι εξελίξεις σε διεθνές επίπεδο, με κύρια την κρίση της πανδημίας και στη συνέχεια τον πόλεμο στην Ανατολική Ευρώπη, έχουν επηρεάσει έντονα τον πληθωρισμό, τόσο στην Ευρωζώνη όσο και στη χώρα μας.

Μια από τις αγορές που έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό είναι αυτή των αλκοολούχων ποτών. Αν και οι διακυμάνσεις δεν έχουν ακολουθήσει τις ιδιαίτερα μεγάλες αυξήσεις που έχουν παρατηρηθεί στον τομέα της ενέργειας, η πανδημία έχει κάνει εμφανή της επιπτώσεις της και σε αυτόν τον τομέα. Ζητούμενο σε αυτήν την εργασία είναι αφενός να πραγματοποιηθεί μια ανάλυση για την οικονομική επιστήμη και τον πληθωρισμό εν γένει, και στη συνέχεια να πραγματοποιηθεί μια αναλυτική ανασκόπηση των τεσσάρων εξαμήνων που αφορούν το 2020 και 2021, ιδίως για τα αλκοολούχα ποτά. Αφετέρου, να εξεταστεί η συμβολή των καρτέλ και των μεσαζόντων στην αγορά των αλκοολούχων ποτών, με ιδιαίτερη αναφορά στην Ελλάδα, όπου η παρουσία και των δύο αυτών παραγόντων δείχνει να επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την αγορά.

Λέξεις κλειδιά: Πληθωρισμός, Αλκοολούχα Ποτά, Ευρώπη, Ελλάδα, Οικονομία, Πανδημία, Καρτέλ, Μεσαζόντες

Abstract

Inflation is an economic phenomenon that occurs in all periods of history. Today the European Central Bank aims to maintain an inflation of 1.5 to 2% in the Euro zone, as well as deflation is a phenomenon to be avoided because it is a sign of a weakened economy. However, developments at the international level, mainly the pandemic crisis and then the war in Eastern Europe, have strongly affected inflation, both in the Euro zone and in our country.

One of the markets that has been greatly affected is that of alcoholic beverages. Although fluctuations have not followed the particularly large increases seen in the energy sector, the pandemic has shown its effects in this sector as well. The aim of this paper is to firstly carry out an analysis of economics and inflation in general, and then an analytic review of the four semesters covering 2020 and 2021, in particular for alcoholic beverages. On the other hand, the contribution of cartels and middlemen in the alcoholic beverages market was examined, with special reference to Greece, where the presence of both of these factors seems to greatly influence the market.

Key words: Inflation, Beverages, Alcohol, Europe, Greece, Economy, Pandemic, Cartels, Middlemen

Περιεχόμενα

Ευρετήριο πινάκων και διαγραμμάτων	4
Ευρετήριο πινάκων	4
Ευρετήριο διαγραμμάτων	5
Περίληψη.....	6
Εισαγωγή μελέτης και παρουσίαση του θέματος	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Βασικές Οικονομικές Έννοιες	9
1.1 Εισαγωγή στην οικονομική επιστήμη	9
1.2 Ορισμοί.....	9
1.3 Αρχές της οικονομικής επιστήμης.....	10
1.4 Τι είναι Οικονομία;.....	11
1.5 Λειτουργία οικονομίας & Οικονομικά συστήματα	12
1.5.1 Οικονομία της αγοράς.....	12
1.5.2 Σχεδιαζόμενη οικονομία	13
1.5.3 Μικτή οικονομία.....	13
1.5 Μια σύντομη Ιστορία της οικονομικής σκέψης - Νεωτερικότητα και Σύγχρονη Εποχή	13
1.6 Σύγχρονα οικονομικά προβλήματα	17
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Πληθωρισμός.....	18
2.1 Ορισμός	18
2.2 Αιτίες	18
2.3 Συνέπειες πληθωρισμού	19
2.3 Λύσεις.....	20
2.3.1 Δημοσιονομική πολιτική	20
2.3.2 Νομισματική πολιτική	21
2.3.3 Πολιτική τιμών και εισοδημάτων.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Ιστορικά γεγονότα και η επιρροή τους στον πληθωρισμό.....	22
3.1 Α΄ Παγκόσμιος Πόλεμος: Νικητές και ηττημένοι σε κρίση	22
3.2 Οικονομικό κραχ του 1929: Οι ΗΠΑ γνωρίζουν τον αποπληθωρισμό.....	24
3.3 Ελληνική οικονομική κρίση	25
3.4 Το εμπάργκο πετρελαίου του 1973 ως αίτιο πληθωρισμού	26
3.5 Σύγχρονα γεγονότα: Η κρίση της πανδημίας και ο πόλεμος στην Ουκρανία.....	28
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Πανδημία και Πληθωρισμός.....	31
4.1 Στοιχεία για την Ευρώπη	31
4.1.1 Γενικές Παρατηρήσεις.....	31
4.1.2 Ειδικότερες κατηγορίες	34

4.2 Στοιχεία για την Ελλάδα.....	35
4.2.1 Γενικές παρατηρήσεις	35
4.2.2 Ειδικότερες κατηγορίες	36
4.3 Σύγκριση	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Ρόλος των μεσαζόντων και σύγχρονα προβλήματα.....	40
5.1 Σημαντικότητα της ελληνικής αγοράς οίνου	40
5.2 Σύγχρονες προκλήσεις για τη βιομηχανία ποτών και την οινοπαραγωγή στην Ελλάδα	41
5.2.1 Διεθνές επίπεδο	41
5.1.2 Προκλήσεις για την αγορά του οίνου στην Ελλάδα.....	45
5.2.3 Επιπτώσεις της πανδημίας στην ελληνική βιομηχανία οίνου	47
5.3 Μεσάζοντες	48
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Συζήτηση και συμπεράσματα	57
6.1 Συζήτηση και Συμπεράσματα.....	57
6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	60
Βιβλιογραφία	61

Ευρετήριο πινάκων και διαγραμμάτων

Ευρετήριο πινάκων

Πίνακας 4.1: Δείκτες πληθωρισμού για την Ευρωζώνη, 2020 - 2021

Πίνακας 4.2: Στοιχεία πληθωρισμού για την Ελλάδα, 2020 -2021

Πίνακας 5.1: Διαφορές τιμών σε ποτά σε ελληνικά Supermarket (Κορακίδης, 2022)

Πίνακας 5.2: Έμμεσοι φόροι σε αλκοολούχα ποτά στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Ευρετήριο διαγραμμάτων

[Διάγραμμα 3.1: Η αξία του Μάρκου το 1923](#)

[Διάγραμμα 4.1: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη 2020 – 2021](#)

[Διάγραμμα 4.2: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη 2008 – 2021](#)

[Διάγραμμα 5.1: Τιμές αλκοολούχων ποτών στην Ευρωπαϊκή αγορά](#)

[Διάγραμμα 6.1: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη, περίοδος 2008 - 2021](#)

Εισαγωγή

Η πανδημία του κορωνοϊού εξακολουθεί να κρατά σταθερά την κοινωνία και την οικονομία στα χέρια της. Αν και ο κορωνοϊός σταδιακά αντιμετωπίζεται, οι υποτιθέμενες βεβαιότητες για την αγορά και τα άτομα φαίνονται αμφισβητήσιμες. Ο αριθμός των μολύνσεων, το ποσοστό των σοβαρών ασθενειών και το ποσοστό εμβολιασμού είναι νέοι παράγοντες που επηρεάζουν τις οικονομικές προβλέψεις. Και περισσότερο από αυτό: Η πανδημία λειτουργεί ως παράγοντας ανισορροπίας, επιφέροντας αναστάτωση της οικονομίας - ή τουλάχιστον γίνεται αντιληπτή ως τέτοια από πολλούς.

Ταυτόχρονα, ο κορωνοϊός θα μπορούσε να προκαλέσει διαρκή μείωση της παραγωγικής ικανότητας σε ορισμένους κλάδους, επειδή η ζήτηση δεν θα επιστρέψει πλέον πλήρως μετά το τέλος της πανδημίας λόγω νέων προτύπων συμπεριφοράς. Σε κάθε περίπτωση, οι δημόσιες δαπάνες που χρηματοδοτούνται από το χρέος και η προσφορά χρήματος έχουν αυξηθεί απότομα στον απόηχο της κρίσης, επειδή κατά τη διάρκεια της κρίσης που προκλήθηκε από την πανδημία, τα κράτη ξεκίνησαν ολοκληρωμένα προγράμματα για τη στήριξη των πολιτών και της οικονομίας. Ταυτόχρονα, οι κεντρικές τράπεζες ενίσχυσαν για άλλη μια φορά την εξαιρετικά χαλαρή πορεία νομισματικής πολιτικής τους. Όλοι αυτοί οι παράγοντες μπορεί να έχουν αντίκτυπο στις τιμές – άμεσα ή έμμεσα, βραχυπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα. Είναι γεγονός ότι η πανδημία του κορωνοϊού έχει δώσει ώθηση στον πληθωρισμό, ο οποίος ήδη από το δεύτερο εξάμηνο του 2021 έχει ανέβει σε ανησυχητικά επίπεδα, ιδιαίτερα σε αγορές όπως η ενέργεια.

Ως εκ τούτου, έχει ξεκινήσει μια συζήτηση μεταξύ των ειδικών και του κοινού: Θα μπορούσε ο πληθωρισμός να επανέλθει στον απόηχο της πανδημίας του κορωνοϊού; Η παρούσα εργασία ασχολείται με το ζήτημα του πληθωρισμού συνολικά, αλλά και πιο συγκεκριμένα, σε ό,τι αφορά την πορεία των τιμών τα χρόνια της πανδημίας και ιδίως για την αγορά των αλκοολούχων ποτών σε Ελλάδα και Ευρώπη.

Είναι καλό μια μελέτη να βασίζεται σε σύγχρονα ζητήματα, που απασχολούν αυτή τη στιγμή την επιστήμη. Οι επιδράσεις της πανδημίας σε ποικίλα οικονομικά, κοινωνικά και πολιτικά θέματα αποτελούν σήμερα θεματικές για μια σειρά από δημοσιεύσεις και διατριβές. Ο πληθωρισμός είναι ένα θέμα που δεν εξαντλείται στην πανδημία, καθώς έχει εμφανιστεί πολλές φορές στην ανθρώπινη ιστορία, και φαίνεται ότι με τα

πρόσφατα γεγονότα του πολέμου στην Ουκρανία θα συνεχίσει να απασχολεί την Ευρωζώνη, αλλά και τη χώρα μας. Η αγορά των ποτών αποτέλεσε το θέμα της μελέτης αυτής. Ξεκινώντας από βασικότερες αρχές των οικονομικών δραστηριοτήτων και μια ανασκόπηση για το φαινόμενο του πληθωρισμού, εξετάσαμε κατά βάση τη λειτουργία της αγοράς των ποτών στην Ελλάδα και την Ευρωζώνη, και ιδίως τα έτη 2020 – 2021, υπό την επίδραση της πανδημίας.

Δεδομένου ότι η συγκεκριμένη μελέτη δε βασίζεται σε κάποια έρευνα με συμμετέχοντες, η συλλογή των πληροφοριών που αξιοποιήθηκαν βασίζεται στις εξής τρεις κατηγορίες πηγών:

1. Πρωτογενείς πηγές – Έγγραφα και επίσημα στοιχεία της Ελλάδας (ΕΛΣΤΑΤ) και της Ευρωζώνης, δημοσιεύσεις της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ) και άλλων σχετικών διεθνών οργανισμών.
2. Ειδησεογραφικές πηγές – Άρθρα και κείμενα γνώμης από εγνωσμένης αξιοπιστίας ηλεκτρονικά μέσα (π.χ. BBC, CNN, Investopedia, ενημερωτικά δελτία της ΕΕ ή του ΟΗΕ)
3. Βιβλιογραφία – Ερευνητικά άρθρα που ανακτήθηκαν από αξιόπιστες πλατφόρμες ακαδημαϊκού περιεχομένου, όπως το ResearchGate, αλλά και σχετικά συγγράμματα, τα οποία αναζητήθηκαν στη Βιβλιοθήκη του πανεπιστημιακού ιδρύματος και στο Διαδίκτυο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Βασικές Οικονομικές Έννοιες

1.1 Εισαγωγή στην οικονομική επιστήμη

Η πολιτική οικονομία ξεκίνησε στα τέλη του 18ου αιώνα με τον Adam Smith, μετά τον David Ricardo ή ακόμα και τον Jean-Baptiste Say (τους κλασικούς) στις αρχές του 19ου αιώνα. Ήταν με την περιθωριακή επανάσταση στα τέλη του 19ου αιώνα που τα οικονομικά καθιερώθηκαν ως επιστημονικός κλάδος και θεσμοθετήθηκαν. Εντός του κλάδου, υπάρχουν δύο κύριες προσεγγίσεις: η μακροοικονομία, η οποία μελετά τα κύρια οικονομικά μεγέθη, δηλαδή την αποταμίευση, τις επενδύσεις, την κατανάλωση και την οικονομική ανάπτυξη, και η μικροοικονομία, η οποία μελετά τη συμπεριφορά των οικονομικών παραγόντων, δηλαδή τα άτομα, τα νοικοκυριά, τις εταιρείες και τις αλληλεπιδράσεις τους, ιδιαίτερα στις αγορές.

Τα οικονομικά καθορίζονται με διάφορους τρόπους από την οικονομική θεωρία, η οποία στοχεύει στη δημιουργία ενός συνόλου θεμελιωδών και αφηρημένων κανόνων για τη λειτουργία της οικονομίας, δηλαδή την εφαρμοσμένη οικονομία, η οποία χρησιμοποιεί εργαλεία οικονομικής θεωρίας και συναφών κλάδων για τη μελέτη σημαντικών τομέων όπως το περιβάλλον, η εργασία, η υγεία, η ακίνητη περιουσία, η βιομηχανική οργάνωση ή η εκπαίδευση.

1.2 Ορισμοί

Προκειμένου να αποσαφηνιστεί η έννοια της οικονομικής επιστήμης και να γίνει στοχευμένα η έρευνα είναι αναγκαίο αρχικά να δοθούν κάποιοι ορισμοί – και εν πρώτοις, τι είναι ένας οικονομικός παράγοντας;

Οικονομικός παράγοντας για την οικονομική επιστήμη είναι ένα άτομο ή ευρύτερα μία ομάδα που λαμβάνει αποφάσεις. Σπάνιοι πόροι είναι τα πράγματα που θέλουν οι άνθρωποι, αλλά η επιθυμητή ποσότητα υπερβαίνει την ποσότητα που είναι διαθέσιμη. Σπανιότητα είναι η κατάσταση όπου υπάρχουν απεριόριστες επιθυμίες σε έναν κόσμο με περιορισμένους πόρους. Γίνεται λοιπόν αντιληπτό πως ορίζοντας την οικονομική

επιστήμη δεν υπάρχει μόνο ένας και μοναδικός ορισμός, το φάσμα άλλωστε της οικονομικής επιστήμης είναι ιδιαίτερα ευρύ. Αναζητώντας κάποιος δύναται να βρει πολλές διαφορετικές θεωρίες που εξηγούν την οικονομική επιστήμη. Ένα χρήσιμο σημείο εκκίνησης είναι ο ορισμός που έδωσε ο λόρδος Ρόμπινς το 1932. Σύμφωνα με τον Ρόμπινς: “Οικονομική είναι η επιστήμη η οποία μελετά την ανθρώπινη συμπεριφορά ως μία σχέση ανάμεσα στους στόχους και τα σπάνια μέσα που έχουν εναλλακτικές χρήσεις”. Εξηγώντας τον ορισμό αυτό, δυνάμεθα να τον χωρίσουμε σε τρία μέρη.

- A. Η οικονομική επιστήμη είναι κοινωνική επιστήμη διότι χρησιμοποιεί επιστημονικές μεθόδους για τη μελέτη της ανθρώπινης συμπεριφοράς.
- B. Οι ανθρώπινες ανάγκες είναι άνευ ορίων ωστόσο η προσφορά των πόρων είναι περιορισμένη και έτσι οδηγούμαστε στο πρόβλημα της στενότητας.
- C. Οι πόροι δύνανται να χρησιμοποιηθούν για εναλλακτικές χρήσεις προκειμένου να πετύχουμε διαφορετικούς στόχους. Βέβαια, λόγω του ότι οι πόροι είναι σπάνιοι, είναι αναγκαίο να γίνουν επιλογές ως προς τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να χρησιμοποιηθούν.

Συνοπτικά οικονομική επιστήμη είναι η επιστήμη η οποία μελετά τα προβλήματα που δημιουργούνται σε μία κοινωνία, καθώς κάθε τι στην οικονομική επιστήμη εξετάζεται υπό το πρίσμα της επιρροής του στην κοινωνία. Οι οικονομολόγοι μελετούν όλες τις ανθρώπινες συμπεριφορές, διότι κάθε μία είναι αποτελέσματα επιλογών για την οικονομική επιστήμη.

Η μεγαλύτερη δυσκολία που έχουν να αντιμετωπίσουν οι οικονομολόγοι είναι η διαχείριση του μέγιστου οικονομικού προβλήματος. Το μέγιστο οικονομικό πρόβλημα αφορά την τάση των ανθρώπων να παράγουν διαρκώς επιθυμίες και ανάγκες και το γεγονός ότι οι πόροι είναι περιορισμένοι και εξαντλήσιμοι.

1.3 Αρχές της οικονομικής επιστήμης

Οι τρεις αρχές οι οποίες διέπουν την οικονομική επιστήμη είναι οι εξής:

- A. Αριστοποίηση είναι η προσπάθεια να λάβουμε την καλύτερη εφικτή επιλογή, δεδομένων των διαθέσιμων πληροφοριών.
- B. Ισορροπία είναι η ιδιαίτερη κατάσταση όπου όλοι αριστοποιούν ταυτόχρονα, και έτσι κανένας δεν θα είχε προσωπικό όφελος αν άλλαζε τη συμπεριφορά του.
- C. Εμπειρισμός είναι η ανάλυση που χρησιμοποιεί δεδομένα. Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν δεδομένα για να ελέγξουν θεωρίες και να καθορίσουν ποιες είναι οι αιτίες για ό, τι συμβαίνει στον κόσμο.

1.4 Τι είναι Οικονομία;

Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να μην γίνεται σύγχυση της έννοιας της οικονομίας με αυτή της οικονομικής επιστήμης. Ετυμολογικά η λέξη οικονομία προέρχεται από τις λέξεις “οίκος” και “νέμομαι”, όπου σημαίνει τη διαχείριση της οικίας. Ορίζοντας την οικονομία γενικευμένα αποτελεί το σύνολο των συνειδητών και συστηματικών ενεργειών των ανθρώπων, που αποτελούν μέλη της κοινωνίας και περιλαμβάνει την παραγωγή, τη διανομή, την ανταλλαγή και την κατανάλωση περιορισμένων ποσοτικά αγαθών και υπηρεσιών, από διαφορετικούς παράγοντες σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική τοποθεσία. Οι οικονομικοί παράγοντες μπορεί να είναι ιδιώτες, επιχειρήσεις, οργανισμοί ή κυβερνήσεις. Οι συναλλαγές (ανταλλαγές) συμβαίνουν όταν δυο παράγοντες συμφωνούν σε μια αξία ή τιμή ενός τουλάχιστον αγαθού ή υπηρεσίας. Η τιμή αυτή συνήθως εκφράζεται σε νομισματικές μονάδες.

Η οικονομία είναι το αποτέλεσμα ενός συνόλου εργασιών που συμπεριλαμβάνει τον πολιτισμό, τις αξίες, την εκπαίδευση, την τεχνολογική εξέλιξη, την ιστορία, την κοινωνική οργάνωση, την πολιτική δομή, τα νομικά συστήματα, καθώς και τη γεωγραφία, τους φυσικούς πόρους και την οικολογία του περιβάλλοντος, ως καιρίους παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες δίνουν περιεχόμενα και ένα σύνολο συνθηκών και παραμέτρων με βάση τις οποίες λειτουργεί μία οικονομία.

Παρελθοντικά θεωρούταν πως η οικονομική δραστηριότητα περιορίζεται από τους φυσικούς πόρους, την εργασία και το κεφάλαιο. Η άποψη όμως αυτή είναι παρωχημένη και αγνοεί την σημαντικότητα της τεχνολογίας, η οποία συνεπάγεται ως επί το πλείστον αυτοματισμό, επιτάχυνση των διεργασιών και ταυτόχρονα ελάττωση του κόστους λειτουργίας και της καινοτομίας, η οποία σημαίνει νέα προϊόντα, υπηρεσίες,

διεργασίες και αγορές, αλλά και επέκταση των αγορών, διαφοροποίηση των αγορών, εξειδικευμένες αγορές και αύξηση των εσόδων από τις διάφορες λειτουργίες.

1.5 Λειτουργία οικονομίας & Οικονομικά συστήματα

Παρόλο που όλες οι χώρες του κόσμου καλούνται να αντιμετωπίσουν παρόμοια οικονομικά προβλήματα, το οικονομικό σύστημα που υιοθετούν ως μέσο για την αντιμετώπισή τους διαφέρει. Υπάρχουν πολλά οικονομικά συστήματα. Οι βασικές του μορφές είναι η οικονομία της αγοράς, η σχεδιαζόμενη οικονομία καθώς και η μεικτή οικονομία.. Η πολιτική και νομική μορφή που παρέχει το πλαίσιο για τις οικονομικές δραστηριότητες μέσα σε μια οικονομία αναφέρεται ως οικονομική τάξη.

Πρακτικά υπάρχουν δύο μέθοδοι αντιμετώπισης του οικονομικού προβλήματος της κατανομής, της διανομής και της χρησιμοποίησης των πόρων. Η πρώτη μέθοδος είναι μέσω της οικονομίας της αγοράς. Σε μία τέτοια οικονομία οι διαθέσιμοι πόροι κατανέμονται μέσω των δυνάμεων της ζήτησης και της προσφοράς, ενώ οι τιμές καθορίζονται από την αγορά. Η δεύτερη μέθοδος είναι μέσω της σχεδιαζόμενης οικονομίας, οι οποία κατανέμει τους πόρους μέσω διοικητικών αποφάσεων. Ταυτόχρονα υπάρχει και η μικτή μέθοδος οικονομίας, η οποία περιλαμβάνει χαρακτηριστικά και από το οικονομικό σύστημα της αγοράς και από το σχεδιαζόμενο οικονομικό σύστημα.

1.5.1 Οικονομία της αγοράς

Η οικονομία της ελεύθερης αγοράς δεν έχει κρατική παρέμβαση. Οι αποφάσεις για την κατανομή των πόρων λαμβάνονται από ιδιώτες παραγωγούς και καταναλωτές μέσω ενός συστήματος που ονομάζεται “μηχανισμός τιμών” ή “μηχανισμός της αγοράς”.

Σε ολόκληρη την οικονομία, εκατομμύρια καταναλωτές αποφασίζουν πως θα χρησιμοποιήσουν το εισόδημα τους. Με την αλλαγή της προτίμησής τους από το ένα αγαθό προς το άλλο, οι παραγωγοί αυτών των αγαθών λαμβάνουν ένα μήνυμα. Καθώς η ζήτηση για το δεύτερο αγαθό αυξάνεται και μειώνεται η ζήτηση για το πρώτο, οι τιμές των δύο αυτών αγαθών θα αλλάξουν, και με δεδομένο ότι όλοι οι άλλοι

παράγοντες μένουν σταθεροί, το κέρδος που θα προκύψει από τα δύο αγαθά θα μεταβληθεί. Το κέρδος είναι ο κύριος μοχλός μιας οικονομίας της αγοράς και οι παραγωγοί θα ανακατανεύμουν τους πόρους τους προς τα αγαθά και τις υπηρεσίες που θα τους αποφέρουν το μέγιστο κέρδος.

1.5.2 Σχεδιαζόμενη οικονομία

Σε μία οικονομία η οποία λειτουργεί με το σύστημα της σχεδιαζόμενης οικονομίας, το κράτος λαμβάνει όλες τις αποφάσεις σχετικά με οτιδήποτε πρόκειται να παραχθεί, τον τρόπο με τον οποίο θα κατανεμηθούν οι πόροι και σε ορισμένες χρονικές στιγμές ακόμα και τον τρόπο με τον οποίο θα διανεμηθούν τα τελικά προϊόντα. Ένας κατάλληλος κρατικός μηχανισμός εκτιμά και αποφασίζει για την κατανομή των πόρων, με βάση τα είδη των προϊόντων που κρίνει ότι επιθυμούν τα άτομα.

1.5.3 Μικτή οικονομία

Όπως γίνεται αντιληπτό, αυτό το καθεστώς οικονομίας αποσκοπεί στο να συνδυάσει τα πλεονεκτήματα της οικονομίας της ελεύθερης αγοράς και της σχεδιαζόμενης οικονομίας. Η μικτή οικονομία αποσκοπεί στο να δώσει τη δυνατότητα στην αγορά να λειτουργήσει αυτόνομα, ενώ το κράτος θα παρεμβαίνει μόνο όπου αποτυγχάνει η αγορά.

Στην πράξη οι περισσότερες οικονομίες του κόσμου είναι μικτές.

1.5 Μια σύντομη Ιστορία της οικονομικής σκέψης - Νεωτερικότητα και Σύγχρονη Εποχή

Από το δεύτερο μισό του δέκατου πέμπτου αιώνα έως τα μέσα του δέκατου όγδοου αιώνα, η οικονομική σκέψη διαρθρώθηκε γύρω από το δόγμα του μερκαντισμού. Το ρεύμα αυτό αντιστοιχεί στην ανάδυση της έννοιας του Κράτους απέναντι στην παπική εξουσία και το φεουδαρχικό σύστημα, παράγοντες που είχαν ως τότε καταπιέσει σε

μεγάλο βαθμό τη διεξαγωγή οικονομικών δραστηριοτήτων, καθώς η σφαίρα επιρροής τους ήταν ιδιαίτερα μεγάλη και σημαντική.

Οι μερκαντιλιστές στοχαστές υποστήριζαν την οικονομική ανάπτυξη μέσω του πλουτισμού των εθνών. Αυτός μπορούσε να έρθει μόνο μέσω του εξωτερικού εμπορίου, το οποίο δημιουργούσε πλεόνασμα στο εμπορικό ισοζύγιο μέσω των επενδύσεων σε οικονομικές δραστηριότητες με αυξανόμενες αποδόσεις. Οι στοχαστές αυτοί απέδιδαν πρωταρχικό ρόλο στο κράτος και υποστήριζαν πολιτικές προστατευτισμού που καθιερώνουν δασμολογικούς φραγμούς και ενθαρρύνουν τις εξαγωγές, ενώ στοχεύουν στην ενοποίηση της εθνικής αγοράς. Αυτό το οικονομικό δόγμα έφτασε στο αποκορύφωμά του από τον δέκατο έκτο έως τον δέκατο όγδοο αιώνα. Θεωρούταν ότι ο πλούτος ενός έθνους εξαρτάται από το μέγεθος του πληθυσμού του και τη συσσώρευση χρυσού και αργύρου. Τα έθνη που δεν έχουν πρόσβαση στα ορυχεία μπορούν να αποκτήσουν χρυσό και ασήμι προωθώντας το παραγωγικό τους εργαλείο και τονώνοντας τις εξαγωγές τους.

Στο δεύτερο μισό του 18ου αιώνα, το μερκαντιλιστικό δόγμα αμφισβητήθηκε από τους φυσιοκράτες από τη μια και από τη γέννηση της κλασικής οικονομίας με τον Άνταμ Σμιθ από την άλλη. Εμπνευσμένοι ιδιαίτερα από έργα όπως αυτό του Richard Cantillon, *Essai sur la nature du commerce en général* (1755), οι φυσιοκράτες θεώρησαν ότι η μόνη πραγματικά παραγωγική δραστηριότητα ήταν η γεωργία. Η γη πολλαπλασιάζει τα αγαθά: ένας σπόρος που έχει σπαρθεί μπορεί να παράξει πολλούς άλλους σπόρους. Τελικά, η γη αφήνει ένα καθαρό προϊόν ή πλεόνασμα. Η βιομηχανία και το εμπόριο θεωρούνται στείρες δραστηριότητες επειδή αρκούνται στη μετατροπή των πρώτων υλών που παράγονται από τη γεωργία. Οι φυσιοκράτες ήταν αυτοί που επιχείρησαν εκτενώς να ερευνήσουν τους φυσικούς νόμους που διέπουν τις δραστηριότητες των ανθρώπων. Συγκεκριμένα, θεώρησαν την οικονομία ως ροή εσόδων και δαπανών βελτιώνοντας το μοντέλο του Boisguilbert.

Λίγοι έχουν επηρεάσει την οικονομική σκέψη όσο ο Adam Smith. Ο Adam Smith (1723-1790) ήταν Σκωτσέζος φιλόσοφος και οικονομολόγος. Το έργο του *The Wealth of Nations* (1776) θεωρείται το ιδρυτικό έργο της κλασικής πολιτικής οικονομίας. Το 1776, ο Adam Smith δημοσίευσε το *Inquiries into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Αυτή η δημοσίευση προσφέρει μια συνεκτική σύνθεση της οικονομικής γνώσης αυτής της περιόδου. Ενώ ο Adam Smith είναι περισσότερο γνωστός σήμερα ως οικονομολόγος, έβλεπε τον εαυτό του κυρίως ως καθηγητή ηθικής φιλοσοφίας (την οποία είχε διδάξει στη Γλασκώβη). Έτσι, ο Πλούτος των Εθνών δεν αφορά μόνο τα οικονομικά (με τη σύγχρονη έννοια), αλλά και την πολιτική οικονομία, το δίκαιο, την ηθική, την ψυχολογία, την πολιτική, την ιστορία, καθώς και την αλληλεπίδραση και την αλληλεξάρτηση μεταξύ όλων αυτών των κλάδων. Το έργο, με επίκεντρο την έννοια του προσωπικού ενδιαφέροντος, σχηματίζει ένα σύνολο με τη Θεωρία των Ηθικών Συναισθημάτων, όπου ο στοχαστής είχε εκθέσει τη συμπάθεια που ενυπάρχει στην ανθρώπινη φύση. Για τον Άνταμ Σμιθ, η αύξηση του πληθυσμού είναι συνώνυμη με την αύξηση του πλούτου.

Μια πιο απαισιόδοξη θεώρηση για την αύξηση του πληθυσμού θα βρει κανείς στο έργο του Thomas Malthus. Ο Malthus, εργαζόμενος ως πάστορας και υπεύθυνος για τη βοήθεια των φτωχών στην πόλη του, χτυπήθηκε από τη δυστυχία που προκλήθηκε από τις κακές σοδειές από το 1794 έως το 1800. Στη συνέχεια άρχισε να ενδιαφέρεται για τα προβλήματα της προόδου, της αύξησης του πληθυσμού και του πλούτου. Το κύριο έργο του, *Δοκίμιο για την Αρχή του Πληθυσμού* (1798), γνώρισε μεγάλη δημοτικότητα και οδήγησε σε μία από τις πρώτες απογραφές στη Βρετανία. Δυστυχώς, το έργο του στοχαστή αυτού συνδέθηκε, αν και εντελώς άθελά του, με μια από τις πιο μελανές σελίδες στην παγκόσμια ιστορία, καθώς η θεώρησή του ότι με τη γεωμετρική αύξηση του πληθυσμού, οι πόροι δεν επαρκούν για όλους, έγινε δύομισι αιώνες αργότερα επιχείρημα για το ναζιστικό καθεστώς του Χίτλερ, ώστε να προβεί σε εξόντωση διάφορων κοινωνικών ομάδων, με το πρόσχημα της οικονομικής ανεπάρκειας.

Πριν ολοκληρώσουμε αυτό το κεφάλαιο, αξίζει να γίνει αναφορά σε ακόμη δύο σημαντικούς στοχαστές, που ως και σήμερα επηρεάζουν τις οικονομικές αποφάσεις. Ο David Ricardo (1772-1823), ο οποίος έγραψε το 1817 το θεμελιώδες έργο *Principles*

of Political Economy and Taxation (1817). Του χρωστάμε ιδιαίτερα τη θεωρία των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, που είναι μια από τις ιδρυτικές θεωρίες της διεθνούς οικονομίας. Με τη δημοσίευση Αρχές πολιτικής οικονομίας και φορολογίας (1817), ο Βρετανός οικονομολόγος και φιλόσοφος David Ricardo αναπτύσσει και εμπλουτίζει τις θέσεις της αξίας και του ελεύθερου εμπορίου που διαδόθηκαν από τον Adam Smith. Υπάρχει μια κάποια απαισιοδοξία μέσα του σχετικά με την ικανότητα αύξησης της παραγωγής, λόγω του νόμου της φθίνουσας απόδοσης, του περιορισμού των φυσικών πόρων και της τάσης των ανθρώπων να πολλαπλασιάζονται, κάτι που θα πρέπει να οδηγήσει σε λιμούς (στο σημείο αυτό είναι ξεκάθαρη η επιρροή του από τον Malthus). Ενώ ο Adam Smith ενδιαφερόταν για την παραγωγή εισοδήματος, ο Ricardo εστιάζει την έρευνά του στην κατανομή του εισοδήματος μεταξύ των ιδιοκτητών γης που λαμβάνουν ενοίκια, των εργαζομένων που λαμβάνουν μισθούς (που συνδέονται με το ελάχιστο απαραίτητο για να επιβιώσουν και επομένως την τιμή του σιταριού) και οι καπιταλιστές των οποίων το εισόδημα αποτελείται από κέρδη. Στο επίκεντρο του ρικαρδιανού προβλήματος βρίσκεται το πρόβλημα του ενοικίου γης (για αυτόν, η αύξηση του πληθυσμού και του κεφαλαίου έρχεται σε αντίθεση με μια αμετάβλητη προσφορά γης η οποία ωθεί το ενοίκιο της γης προς τα πάνω και οδηγεί σε πτώση των μισθών), ενώ επίσης αναπτύσσεται ένα επιχείρημα περί κατάργησης των νόμων για το καλαμπόκι που ευνοούν τους γαιοκτήμονες και τη μετατροπή της Αγγλίας σε ελεύθερο εμπόριο, του οποίου ο Ricardo, με το νόμο των συγκριτικών πλεονεκτημάτων, είναι αναμφίβολα ένας από τους μεγάλους θεωρητικούς.

Στο τέλος της κλασικής παράδοσης, ο John Stuart Mill (1806-1873) διαφέρει από τους προηγούμενους φιλοσόφους - οικονομολόγους αυτής της σχολής ως προς το ζήτημα της αναδιανομής του εισοδήματος που παράγεται από την αγορά. Αποδίδει δύο ρόλους στην αγορά: την ικανότητα διανομής πόρων και την ικανότητα διανομής εισοδήματος. Εάν η αγορά είναι αποτελεσματική στην κατανομή των πόρων, είναι λιγότερο αποτελεσματική στην κατανομή του εισοδήματος, γεγονός που υποχρεώνει την κοινωνία να παρέμβει.

Τέλος, δε θα μπορούσε να γίνει αναφορά στην ιστορία της οικονομικής σκέψης χωρίς να αναφερθούμε στον Μαρξ. Ο Καρλ Μαρξ είναι ο συγγραφέας του Das Kapital, που

εκδόθηκε το 1867, το 1885 και το 1894. Η θεωρία της αξίας είναι μια σημαντική έννοια στην κλασική θεωρία. Ο Άνταμ Σμιθ γράφει ότι το πραγματικό τίμημα των πάντων είναι ο μόχθος ή η εργασία και ο κόπος της απόκτησής του υπό την επίδραση της σπανιότητας του. Υποστηρίζει ότι, μαζί με τα ενοίκια και τα κέρδη, στην τιμή ενός προϊόντος μπαίνουν και άλλα έξοδα εκτός από τους μισθούς. Ο Ricardo συστηματοποίησε και απλοποίησε αυτή την πτυχή της σκέψης των Σμιθιανών αναπτύσσοντας αυτό που ονομάστηκε «εργατική θεωρία της αξίας» που υιοθετήθηκε αργότερα από τον Καρλ Μαρξ, ο οποίος έκανε λόγο για υπεραξία, την οποία παράγουν οι εργαζόμενοι, αλλά τελικά καρπώνονται οι εργοδότες.

1.6 Σύγχρονα οικονομικά προβλήματα

Η οικονομική μελετά την κατανομή, την διανομή και τη χρησιμοποίηση των πόρων με στόχο την κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών. Συνεπώς το κεντρικό σημείο του οικονομικού προβλήματος είναι η κατανομή των σπάνιων πόρων ανάμεσα στις άπειρες εναλλακτικές χρήσεις. Ασχέτως του οικονομικού, βιοτικού επιπέδου τις εκάστοτε κοινωνίας, το κύριο οικονομικό πρόβλημα είναι κατ' εξοχήν άλυτο.

Ταυτόχρονα στην σύγχρονη κοινωνία, οικονομικά προβλήματα αποτελούν η έλλειψη τεχνολογία - τεχνογνωσίας, η ανεργία, η φτώχεια, το δημόσιο χρέος, το δημόσιο έλλειμμα, ο πληθωρισμός και σωρεία άλλων που ταλανίζουν καθημερινά τόσο τους πολίτες όσο και τους πολιτικούς.

Ο πληθωρισμός είναι μία έννοια η οποία επηρεάζει τη ζωή όλων, και κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 80, οι περισσότερες χώρες του κόσμου το έθεσαν ως το υπ' αριθμόν πρώτο ζήτημα με το οποίο έπρεπε να ασχοληθούν. Μέχρι σήμερα ταλανίζει καθημερινά την κοινωνία μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Πληθωρισμός

2.1 Ορισμός

Ο πληθωρισμός είναι πολυδιάστατη έννοια. Συνεπώς είναι αδύνατο να οριστεί ως μία απλή αύξηση του επιπέδου των τιμών. Μία απλή αύξηση των τιμών που παρατηρείται τον ένα μήνα, πιθανά τον επόμενο μήνα να επιφέρει μείωση. Ο πληθωρισμός είναι μία επίμονη τάση του γενικού επιπέδου των τιμών να αυξάνεται. Αντιπροσωπεύει μία μεταβολή στην αγοραστική δύναμη του χρήματος. Ο πληθωρισμός επηρεάζει τις οικονομίες με πολυδιάστατα. Σήμερα θεωρείται ότι ο πληθωρισμός καθοδηγείται ουσιαστικά από τη συνολική ζήτηση και το κόστος παραγωγής των εταιρειών - οι πληθωριστικές προσδοκίες των οικονομικών παραγόντων παίζουν επίσης σημαντικό ρόλο. Προηγούμενες θεωρίες υπέθεταν ότι ο πληθωρισμός επηρεάζεται από την αύξηση της προσφοράς χρήματος (θεωρία ποσότητας), αν και αυτή η σύνδεση αξιολογείται τώρα με πιο διαφοροποιημένο τρόπο και δεν παίζει σχεδόν κανένα ρόλο στη νομισματική πολιτική των κεντρικών τραπεζών (Woodford, 2008). Αξίζει να σημειωθεί ότι ο πληθωρισμός επηρεάζεται ακόμα και από την έλλειψη προϊόντων, αύξηση της ενεργού ζήτησης.

2.2 Αιτίες

Ο πληθωρισμός δύναται να προκληθεί από μια αξιοσημείωτη αύξηση στην προσφορά χρήματος και της πιστωτικής επέκτασης. Εάν αυτή η αύξηση δε συνοδεύεται από αντίστοιχη αύξηση στην προσφορά των αγαθών, οι τιμές των αγαθών είναι φυσικό επακόλουθο πως θα αυξηθούν. Αυτό μπορεί να συμβεί με άμεσο τρόπο, μέσω της αύξησης της ποσότητας του χρήματος που εκδίδεται από τις αρμόδιες κρατικές αρχές (κεντρική τράπεζα). Έμμεσα μπορεί να συμβεί μέσω της έκδοσης κρατικών ομολόγων ή άλλων χρεογράφων και της πώλησής τους στις τράπεζες, οι οποίες χρησιμοποιούν τους εν λόγω τίτλους για άντληση χρήματος από την κεντρική τράπεζα.

Ο πληθωρισμός μπορεί να προκύψει και από μια ισχυρή αύξηση της ενεργού ζήτησης. Σε αυτή την περίπτωση, οι αυξήσεις των τιμών είναι το αποτέλεσμα της αυξημένης ζήτησης σε σχέση με την προσφορά σε μία οικονομία, ιδιαίτερος διότι η προσφορά εμφανίζει χαμηλή ή ακόμα και μηδαμινή ελαστικότητα, λόγω της πλήρους απασχόλησης των διαθέσιμων μέσων παραγωγής και της τεχνολογίας. Όσο πιο ανελαστική τείνει να είναι η προσφορά, τόσο πιο υψηλός είναι ο πληθωρισμός.

Ταυτόχρονα πληθωρισμός μπορεί να προκληθεί και στην περίπτωση που παρατηρείται αύξηση των στοιχείων κόστους παραγωγής. Αυτός ο τύπος πληθωρισμού οφείλεται στην αδυναμία και τις στρεβλώσεις του μηχανισμού της αγοράς, αλλά και του κρατικού μηχανισμού. Ανάμεσα στους παράγοντες που ευνοούν τον πληθωρισμό κόστους ανήκουν οι πρακτικές του ολιγοπωλίου, η χαμηλή παραγωγικότητα της εργασίας, οι αυξήσεις των μισθών με ρυθμό μεγαλύτερο της αύξησης της παραγωγικότητας, η υψηλή φορολογική επιβάρυνση και η αύξηση των τιμών των πρώτων υλών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ακόμα και το κράτος μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία πληθωρισμού ζήτησης με μέτρα επεκτατικής δημοσιονομικής ή νομισματικής πολιτικής, όταν αυτά οδηγούν σε αύξηση της ζήτησης, χωρίς όμως αντίστοιχη αύξηση της προσφοράς. Επίσης, μια αύξηση της έμμεσης φορολογίας μπορεί να θέσει σε ανοδική κίνηση τις τιμές.

Τέλος, ο πληθωρισμός δύναται να είναι εισαγόμενος, δηλαδή να προκαλείται από μια αύξηση στις τιμές των εισαγόμενων προϊόντων, της εξωτερικής ζήτησης ή της εισροής ρευστότητας. Ανεξαρτήτως των πρωτογενών αιτιών της αρχικής αύξησης των τιμών, ο πληθωρισμός ως δυναμικό φαινόμενο δεν μπορεί να υπάρξει χωρίς τη συνεχή αύξηση της προσφοράς χρήματος.

2.3 Συνέπειες πληθωρισμού

Ο πληθωρισμός είναι βασικός παράγοντας οικονομικής αβεβαιότητας και έχει πολλαπλές αρνητικές επιδράσεις.

Κατά την παραγωγική διαδικασία αλλά και στην απασχόληση, η μείωση της αγοραστικής αξίας του χρήματος προκαλεί φυγή των αποταμιεύσεων σε αγαθά με

σταθερές αξίες, όπως τα ακίνητα και τα πολύτιμα μέταλλα, καθώς και σε ισχυρά νομίσματα και όχι σε επενδύσεις. Επίσης, οι επενδύσεις μειώνονται λόγω της μη δυνατότητας να ληφθούν ασφαλές προβλέψεις. Ο μηχανισμός τιμών διαταράσσεται και μπορεί να προκαλέσει λανθασμένες κατανομές των πόρων. Τέλος, όσοι κατέχουν σταθερά εισοδήματα, δηλαδή τόσο οι μισθωτοί όσο και οι συνταξιούχοι βιώνουν μείωση των πραγματικών και διαθέσιμων εισοδημάτων τους και συνεπώς τείνουν να μειώσουν την κατανάλωσή τους. Όλα αυτά οδηγούν σε μείωση της παραγωγικής δραστηριότητας και σε αύξηση της ανεργίας.

Κατά την κατανομή των εισοδημάτων, λόγω του πληθωρισμού, παρατηρείται ότι οι πολίτες υφίστανται μείωση της αγοραστικής δύναμης του χρήματος και του πραγματικού εισοδήματος. Λαμβάνει χώρα η μείωση των πραγματικών μισθών. Η ανακατανομή του εισοδήματος συμβαίνει αυθαίρετα και κατά κανόνα δεν ευνοεί τα χαμηλά εισοδήματα. Όσοι βέβαια κατέχουν περιουσιακά στοιχεία, είναι σίγουρα ωφελημένοι πληθωρισμό, αλλά και οι δανειζόμενοι σε βάρος των δανειστών τους.

2.3 Λύσεις

Οι πιθανές μέθοδοι αντιμετώπισης του πληθωρισμού που συνήθως χρησιμοποιούνται είναι οι παρακάτω:

2.3.1 Δημοσιονομική πολιτική

Η δημοσιονομική πολιτική προβλέπει μεταβολές των κρατικών δαπανών ή/ και των φόρων. Σκοπός είναι να επηρεαστεί το επίπεδο της συνολικής ζήτησης μέσω μίας πολιτικής η οποία ονομάζεται διαχείριση της ζήτησης. Στην προκειμένη περίπτωση ελέγχου του πληθωρισμού, αυτό σημαίνει μείωση των κρατικών δαπανών και/ ή αύξηση των φόρων. Τέτοιου είδους πολιτικές είναι εφικτό να φέρουν αποτελέσματα, αν ο πληθωρισμός είναι πληθωρισμός ζήτησης.

2.3.2 Νομισματική πολιτική

Η νομισματική πολιτική αφορά τον επηρεασμό της προσφοράς χρήματος και των επιτοκίων. Αν και παλαιότερα η νομισματική πολιτική χρησιμοποιούταν ως συμπληρωματική της δημοσιονομικής πολιτικής, στις μέρες μας διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική πολιτική των ευρωπαϊκών χωρών. Προκειμένου να ελεγχθεί ο πληθωρισμός, η Κεντρική Τράπεζα μίας χώρας μπορεί να αυξήσει τα επιτόκια ώστε να αυξηθεί το κόστος δανεισμού. Πιο αναλυτικά, όταν η Κεντρική Τράπεζα αυξάνει τα επιτόκια, αυτό έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του διαθέσιμου χρήματος που “κινείται” στην αγορά με αποτέλεσμα να μειώνεται η ζήτηση και να προκαλείται ύφεση. Το κράτος προσπαθεί μέσω της ύφεσης να λύσει το πρόβλημα του πληθωρισμού.

2.3.3 Πολιτική τιμών και εισοδημάτων

Η πολιτική τιμών και εισοδημάτων θεωρείται άμεση παρέμβαση στην οικονομία. Στόχος της είναι να περιοριστούν, και σε κάποιες περιπτώσεις να παγώσουν, οι αυξήσεις των τιμών και των μισθών.

Εν συνεχεία θα εξεταστούν διάφορα σημαντικά ιστορικά γεγονότα που διαδραμάτισαν ρόλο - σταθμό στον πληθωρισμό και πως αυτά τον επηρέασαν.

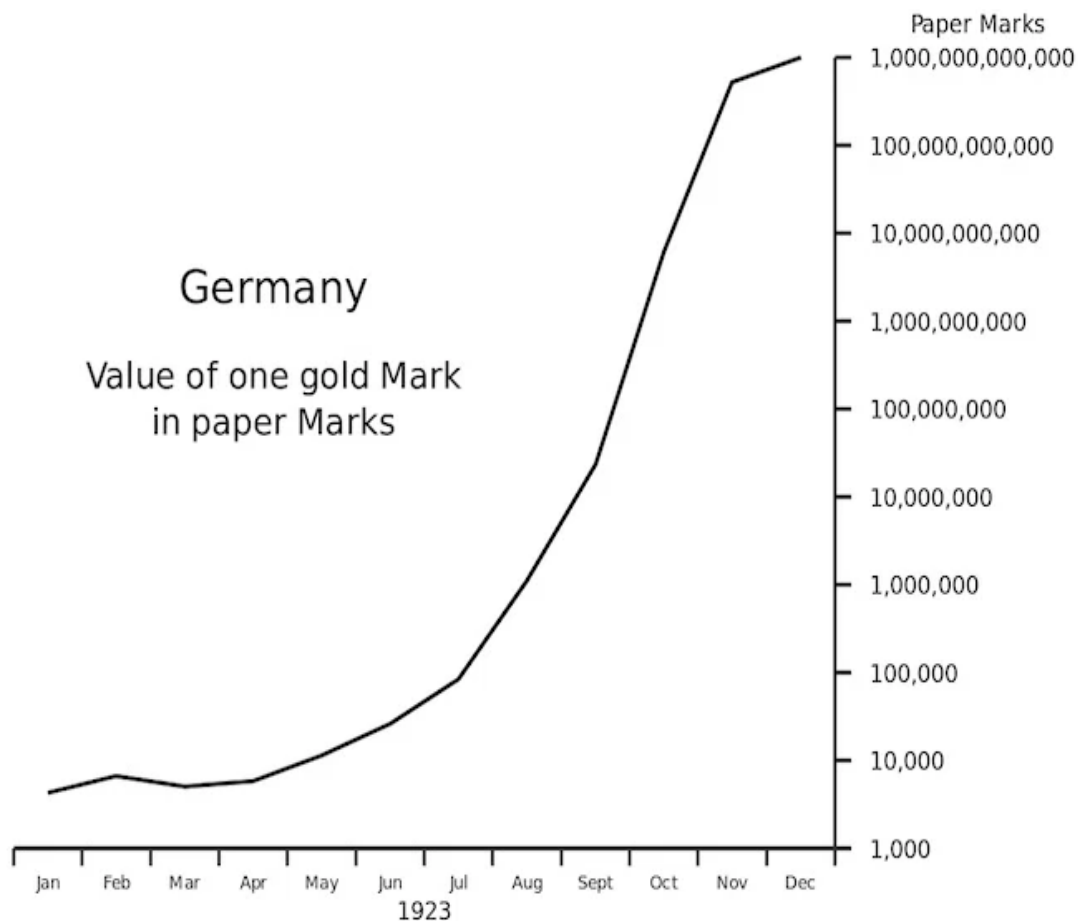
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ιστορικά γεγονότα και η επιρροή τους στον πληθωρισμό

Ο πληθωρισμός είναι μία έννοια που όπως έχει αναφερθεί συνδέεται αλληλένδετα με τις κοινωνικές, οικονομικές και πολιτισμικές συνθήκες που λαμβάνουν μέρος την εκάστοτε περίοδο. Για τον λόγο αυτό κρίνεται αναγκαίο να δούμε τον τρόπο με τον οποίο κάποια σημαντικά ιστορικά γεγονότα, επηρέασαν και καθόρισαν την πορεία του πληθωρισμού.

3.1 Α' Παγκόσμιος Πόλεμος: Νικητές και ηττημένοι σε κρίση

Ίσως αυτό που ακούγεται συχνότερα είναι το παράδειγμα του πληθωρισμού στη Δημοκρατία της Βαϊμάρης. Γνωστές στους περισσότερους είναι οι φωτογραφίες από την εποχή εκείνη, που απεικονίζουν Γερμανούς πολίτες να κουβαλούν ολόκληρες δεσμίδες χαρτονομισμάτων μέσα σε καρότσια, απλώς και μόνο για να αγοράσουν ψωμί. Η Γερμανία είχε εξέλθει ηττημένη από τον πόλεμο και αντιμετώπιζε σοβαρά οικονομικά προβλήματα. Στον ακόλουθο πίνακα, φαίνεται η αξία του μάρκου όπως διαμορφώθηκε το 1923.



Διάγραμμα 3.1: Η αξία του Μάρκου το 1923

Ως συνέπεια του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, πολλές ευρωπαϊκές οικονομίες εγκατέλειψαν τις δεσμεύσεις τους για σταθερές συναλλαγματικές ισοτιμίες και βρέθηκαν με μεγάλα δημόσια χρέη, οδηγώντας τις οικονομίες τους σε υψηλό πληθωρισμό, αν όχι υπερπληθωρισμό. Το Βέλγιο, η Βρετανία, η Γαλλία, η Ολλανδία και η Ιταλία είχαν αναλογίες χρέους προς ΑΕΠ άνω του 100% και είδαν το επίπεδο των τιμών τους να διπλασιάζεται από το 1913. Το κατά κεφαλήν άμεσο κόστος που σχετίζεται με τον πόλεμο ήταν υψηλό τόσο για τις Συμμαχικές χώρες όσο και για τις χώρες της Κεντρικής Δύναμης, και η καταστροφή του ανθρώπινου κεφαλαίου ήταν σε γενικές γραμμές παρόμοια σε χώρες όπως η Γαλλία και η Γερμανία. Όλα αυτά τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι μια ζοφερή δημοσιονομική και νομισματική κατάσταση επικρατούσε σε ολόκληρη την Ευρώπη μετά τον Μεγάλο Πόλεμο και οι δυσμενείς μακροοικονομικές προϋποθέσεις υπήρχαν τόσο για τους νικητές όσο και για τους νικημένους. Τα χρόνια που οδήγησαν στο ξέσπασμα του πολέμου

χαρακτηρίστηκαν από σχετικά ταχεία ανάπτυξη, εν μέρει τροφοδοτούμενη από την ταχεία στρατιωτική επέκταση των ευρωπαϊκών δυνάμεων (Lopez & Mitchener, 2018). Ο πληθωρισμός επιταχύνθηκε απότομα σε ολόκληρη την Ευρώπη από το 1914 και μετά, καθώς το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία και η Γαλλία αναγκάστηκαν να εγκαταλείψουν τον κανόνα του χρυσού, φτάνοντας στο υψηλότερο σημείο του 50% από έτος σε έτος στη Γερμανία και στο 25% από έτος σε έτος στο ΗΒ. το 1917. Οι ΗΠΑ εντάχθηκαν στον πόλεμο μέχρι το 1916 και η ανάπτυξη και ο πληθωρισμός επιταχύνθηκαν απότομα εκείνο το έτος, με το ΑΕΠ να αυξάνεται 14% από έτος σε έτος και τον πληθωρισμό να φτάνει το 17% από έτος σε έτος το 1917 (Daly & Chankova, 2021).

Η πολεμική οικονομία οδήγησε επίσης στην ανάπτυξη μιας νέας τάξης επιχειρηματιών-κερδοσκόπων, που πολύ γρήγορα συσσωρεύσαν μεγάλο πλούτο. Τεράστια κέρδη προέκυψαν όχι μόνο από τις απευθείας συναλλαγές που είχαν να κάνουν με τον οπλισμό, αλλά και από άλλες προμήθειες του στρατού όπως στολές, τρόφιμα και μύρα. Η επίδειξη πλούτου δεν άργησε να προκαλέσει αντιδράσεις και ξεσήκωσε την αντισημιτική δυσαρέσκεια, την οποία εκμεταλλεύτηκε και η πολιτική εξουσία. Έμμεσα, υπήρξε επίσης μια μετατόπιση των περιουσιακών στοιχείων στη βιομηχανία πολυτελείας. Οι κερδοσκόποι του πολέμου συμπεριέλαβαν επίσης τη γεωργία, όχι μόνο ως αποτέλεσμα των αυξανόμενων τιμών των τροφίμων και της δυνατότητας πώλησης αγαθών στη μαύρη αγορά, αλλά και επειδή η υποτίμηση σήμαινε ότι τα παλιά χρέη μπορούσαν να αποπληρωθούν σε υποτιμημένο χρήμα. Υπήρχαν, ωστόσο, και εκείνοι που έχασαν σημαντικό μέρος της περιουσίας τους εξαιτίας του πληθωρισμού. Σε αυτούς περιλαμβάνονταν τόσο οι μισθωτοί όσο και όλοι οι δικαιούχοι σταθερού εισοδήματος, ιδίως οι ευρύτεροι τομείς της δημόσιας διοίκησης και οι συνταξιούχοι. Ο πόλεμος ξεκίνησε επίσης μια διαδικασία διανομής του εισοδήματος που συνεχίστηκε μετά τον Οκτώβριο/Νοέμβριο του 1918.

3.2 Οικονομικό κραχ του 1929: Οι ΗΠΑ γνωρίζουν τον αποπληθωρισμό

Στις 29 Οκτωβρίου 1929, η Μαύρη Τρίτη χτύπησε τη Wall Street, καθώς οι επενδυτές διαπραγματεύτηκαν περίπου 16 εκατομμύρια μετοχές στο Χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης σε μία μόνο μέρα. Χάθηκαν δισεκατομμύρια δολάρια και χιλιάδες επενδυτές

βρέθηκαν σε δεινή κατάσταση. Στον απόηχο της Μαύρης Τρίτης, η Αμερική και ο υπόλοιπος βιομηχανοποιημένος κόσμος κατέληξαν στη Μεγάλη Ύφεση (1929-39), τη βαθύτερη και πιο μακροχρόνια οικονομική ύφεση στην ιστορία του δυτικού βιομηχανοποιημένου κόσμου μέχρι εκείνη την εποχή. Η Μεγάλη Ύφεση δε χαρακτηρίστηκε από υψηλό πληθωρισμό, αντιθέτως υπήρξε και αποπληθωρισμός στις τιμές πολλών αγαθών (Eggertsson, 2008). Ο αποπληθωρισμός είναι η μείωση του γενικού επιπέδου τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών. Είναι το αντίθετο του πληθωρισμού, ο οποίος εμφανίζεται όταν το κόστος των αγαθών και των υπηρεσιών αυξάνεται. Ο αποπληθωρισμός μπορεί να προκληθεί από πολλούς διαφορετικούς οικονομικούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένης της μείωσης της ζήτησης για προϊόντα, της αύξησης της προσφοράς προϊόντων, της πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας, ή της μείωσης της προσφοράς χρήματος ή της διαθεσιμότητας πίστωση. Η πιο δραματική περίοδος αποπληθωρισμού στην ιστορία των ΗΠΑ έλαβε χώρα μεταξύ 1930 και 1933, κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Ύφεσης (Federal Reserve Bank of St. Louis, 2010), ενώ πρόσφατα αποπληθωρισμός σημειώθηκε στις ΗΠΑ κατά την περίοδο του 2007 - 2008. Ενδεικτικό της σχέσης της Μεγάλης Ύφεσης με τον πληθωρισμό είναι ότι σε περιόδους ανάκαμψης, οι τιμές καταναλωτή πέρασαν από τον αποπληθωρισμό σε έναν ήπιο πληθωρισμό, με την ανάκαμψη που προκλήθηκε από τις ενέργειες του Roosevelt τον Μάρτιο του 1933.

3.3 Ελληνική οικονομική κρίση

Με την είσοδο της Ελλάδας στην Ευρωζώνη, το σταθερό κλίμα οδήγησε σε μείωση του πληθωρισμού, ο οποίος από το 1973 έως και το 1994 ήταν διψήφιος, αλλά περιορίστηκε στο 3,3% κατά μέσο όρο ετησίως την περίοδο 2001-2007. Παρατηρείται, πάντως, από το 1997 έως και το 2007 πληθωρισμός τουλάχιστον 50% υψηλότερος από ό,τι στα υπόλοιπα κράτη μέλη (Christodoulakis, 2009).

Το 2008, λίγο πριν η Ελλάδα εισέλθει στη μεγάλη οικονομική κρίση, ο πληθωρισμός αποτελούσε αρκετά μεγάλο πρόβλημα, καθώς ήταν σε επίπεδα 4,2% και έπληττε κατά κύριο λόγο τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες, δεδομένης της μεγάλης ανόδου στις τιμές των καυσίμων και τροφίμων. Παρόλα αυτά, το 2009 ο πληθωρισμός διαμορφώθηκε σε

1,2 παρουσιάζοντας εντελώς διαφορετικές τάσεις¹. Η πτώση αυτή οφειλόταν στο ότι οι διεθνείς τιμές πετρελαίου είχαν πέσει και η χώρα βρισκόταν στα πρόθυρα της περιόδου κρίσης. Το 2010, ωστόσο, με τη λήψη των έκτακτων μέτρων για τα πακέτα διάσωσης, ο πληθωρισμός αυξήθηκε προσωρινά, βάσει τριών παραγόντων: α) αύξηση στην έμμεση φορολογία, β) άνοδος των τιμών στην αγορά πετρελαίου σε παγκόσμιο επίπεδο, και γ) στο ότι οι τιμές για άλλα εισαγόμενα προϊόντα είχαν αυξηθεί (Τράπεζα της Ελλάδος, 2011).

Είναι σημαντικό να θυμόμαστε ότι εχθρός του δημόσιου χρέους είναι και ο αποπληθωρισμός, καθώς επηρεάζει τα επιτόκια δανεισμού, δεδομένου ότι καθιστά τα χρήματα με τα οποία αποπληρώνεται ένα χρέος μικρότερης αξίας από αυτά τα οποία ήταν αντικείμενο δανεισμού εξαρχής (Buiter, 2003). Σχετικά με αυτό, η ΕΚΤ αναφέρει ότι στόχος είναι να διατηρείται ο πληθωρισμός σε ένα επίπεδο κοντά στο 2%. Στον ιστότοπό της, εξηγώντας τη σταθερότητα των τιμών, εξηγεί ότι κάνοντας λόγο για σταθερότητα, ουσιαστικά εννοούμε ότι ούτε θέλουμε να αυξάνονται σημαντικά οι τιμές (πληθωρισμός), αλλά ούτε και να μειώνονται σημαντικά (αποπληθωρισμός). Όσο επιζήμιος είναι για την οικονομία ο πληθωρισμός, μπορεί να είναι και ο αποπληθωρισμός. Η σταθερότητα των τιμών είναι παράγοντας που διασφαλίζει ότι υπάρχει οικονομική ανάπτυξη και οι θέσεις εργασίας παραμένουν ίδιες, ενώ τα χρήματα που διαθέτει ο καθένας παραμένουν σταθερά στην αξία τους. Παρομοίως και η Τράπεζα της Ελλάδος αναφέρει ότι ο στόχος του 2% δεν είναι καλό ούτε να βαίνει προς τα πάνω, αλλά ούτε και προς τα κάτω. Έτσι, είναι εύλογο ότι αν προσέξει κανείς τους στόχους για την ανάκαμψη της Ελλάδας, ενθαρρύνεται ένα υγιές επίπεδο πληθωρισμού περί το 1,5% (Ζάρδας, 2015). Ενώ σίγουρα ο υψηλός πληθωρισμός δεν είναι επιθυμητός για μια οικονομία που δοκιμάζεται, το να υπήρχε μεγάλος αποπληθωρισμός μπορεί να σήμαινε την οικονομική δυσπραγία για όσους έχουν δανειστεί και πρέπει τώρα να αποπληρώσουν σε ένα νόμισμα που δεν έχει πλέον τόση αξία.

1 Στοιχεία από: <https://www.macrotrends.net/countries/GRC/greece/inflation-rate-cpi>.

3.4 Το εμπάργκο πετρελαίου του 1973 ως αίτιο πληθωρισμού

Κατά τη διάρκεια του πολέμου Αράβων - Ισραήλ του 1973, τα κράτη μέλη του Οργανισμού Πετρελαιοεξαγωγικών Χωρών (ΟΠΕΚ) που προέρχονταν από Αραβικές χώρες, επέβαλαν εμπάργκο κατά των Ηνωμένων Πολιτειών ως αντίποινα για την απόφαση των ΗΠΑ να ανεφοδιάσουν τον ισραηλινό στρατό και να αποκτήσουν μόχλευση στη μεταπολεμική ειρήνη διαπραγματεύσεις. Τα αραβικά μέλη του ΟΠΕΚ επέκτειναν επίσης το εμπάργκο σε άλλες χώρες που υποστήριζαν το Ισραήλ, συμπεριλαμβανομένων των Κάτω Χωρών, της Πορτογαλίας και της Νότιας Αφρικής (Smith, 2006). Το εμπάργκο απαγόρευσε τις εξαγωγές πετρελαίου στα στοχευόμενα κράτη και παράλληλα επέβαλε μείωση στην παραγωγή πετρελαίου. Αρκετά χρόνια διαπραγματεύσεων μεταξύ των χωρών παραγωγής πετρελαίου και των πετρελαϊκών εταιρειών είχαν ήδη πριν το 1973 αποσταθεροποιήσει ένα σύστημα τιμολόγησης δεκαετιών, γεγονός που επιδείνωσε σε μικρό χρονικό διάστημα τα αποτελέσματα του εμπάργκο.

Η έναρξη του εμπάργκο συνέβαλε σε μια ανοδική πορεία των τιμών του πετρελαίου με παγκόσμιες επιπτώσεις. Η τιμή του πετρελαίου ανά βαρέλι πρώτα διπλασιάστηκε, στη συνέχεια τετραπλασιάστηκε, επιβάλλοντας στα ύψη κόστος στους καταναλωτές και διαρθρωτικές προκλήσεις για τη σταθερότητα ολόκληρων εθνικών οικονομιών. Δεδομένου ότι το εμπάργκο συνέπεσε με την υποτίμηση του δολαρίου, μια παγκόσμια ύφεση φαινόταν επικείμενη. Οι σύμμαχοι των ΗΠΑ στην Ευρώπη και την Ιαπωνία είχαν αποθηκεύσει αποθέματα πετρελαίου και έτσι εξασφάλισαν για τους εαυτούς τους ένα βραχυπρόθεσμο μαξιλάρι, αλλά η μακροπρόθεσμη πιθανότητα υψηλών τιμών του πετρελαίου και ύφεσης επιτάχυνε ένα ρήγμα εντός της Ατλαντικής Συμμαχίας. Τα ευρωπαϊκά έθνη και η Ιαπωνία βρέθηκαν στη δυσάρεστη θέση να χρειάζονται τη βοήθεια των ΗΠΑ για την εξασφάλιση ενεργειακών πηγών, παρόλο που προσπαθούσαν να αποσυνδεθούν από την πολιτική των ΗΠΑ για τη Μέση Ανατολή (Licklider, 1988).

Οι Ηνωμένες Πολιτείες, οι οποίες αντιμετώπισαν μια αυξανόμενη εξάρτηση από την κατανάλωση πετρελαίου και τη συρρίκνωση των εγχώριων αποθεμάτων, βρέθηκαν περισσότερο εξαρτημένες από το εισαγόμενο πετρέλαιο από ποτέ, αναγκαζόμενες να διαπραγματευτούν τον τερματισμό του εμπάργκο κάτω από σκληρές εγχώριες

οικονομικές συνθήκες που μείωσαν τη διεθνή τους διαπραγματευτική δύναμη. Για να περιπλέξουν τα πράγματα, οι διοργανωτές του εμπάργκο συνέδεσαν το τέλος του με τις επιτυχημένες προσπάθειες των ΗΠΑ να επιφέρουν ειρήνη μεταξύ του Ισραήλ και των Αράβων γειτόνων του. Εν μέρει ως απάντηση σε αυτές τις εξελίξεις, στις 7 Νοεμβρίου η κυβέρνηση Νίξον ανακοίνωσε το Project Independence για την προώθηση της εγχώριας ενεργειακής ανεξαρτησίας. Συμμετείχε επίσης σε εντατικές διπλωματικές προσπάθειες μεταξύ των συμμάχων της, προωθώντας μια ένωση καταναλωτών που θα παρείχε στρατηγικό βάθος και ένα καρτέλ καταναλωτών για τον έλεγχο της τιμολόγησης του πετρελαίου. Και οι δύο αυτές προσπάθειες ήταν εν μέρει μόνο επιτυχείς. Το εμπάργκο κράτησε μόνο μέχρι τον Ιανουάριο του 1974, αλλά η τιμή του πετρελαίου παρέμεινε ψηλά ακόμη και μετά από την περίοδο εκείνη (Stern, 2016).

Έχει ενδιαφέρον να συγκρίνει κανείς την κατάσταση αυτή με τη σημερινή. Ενώ πολλάκις είχε κρουστεί ο κώδων του κινδύνου για την ενεργειακή εξάρτηση της ΕΕ από τη Ρωσία, ουδέποτε πραγματικά έγινε προσπάθεια για ανεξαρτητοποίηση – τουλάχιστον, όχι στον απαιτούμενο βαθμό, με αποτέλεσμα το κλείσιμο της στρόφιγγας από τον Πούτιν να δημιουργεί σήμερα τεράστιο πληθωρισμό στην αγορά ενέργειας και καυσίμων στις περισσότερες χώρες της ΕΕ, όπως και στην Ελλάδα.

3.5 Σύγχρονα γεγονότα: Η κρίση της πανδημίας και ο πόλεμος στην Ουκρανία

Σε οικονομικούς όρους, η μάχη κατά της πανδημίας Covid-19 συχνά συγκρίνεται με έναν πόλεμο – οι εθνικοί πόροι έχουν επιστρατευθεί στη μάχη ενάντια σε έναν «αόρατο εχθρό», οδηγώντας τα επίπεδα του δημόσιου χρέους σημαντικά υψηλότερα σε όλο τον κόσμο (Baldwin & Weder di Mauro 2020). Για τις χρηματοπιστωτικές αγορές, μια ανησυχητική πτυχή αυτής της αναλογίας είναι ότι οι συνέπειες μεγάλων πολέμων έχουν συχνά συσχετιστεί με αύξηση του πληθωρισμού, υψηλές αποδόσεις ομολόγων και χρηματοοικονομική αναστάτωση.

Η ανάκαμψη από τα οικονομικά αποτελέσματα της πανδημίας, όμως, αναστάλθηκε και από τον παράγοντα του πολέμου. Οι τιμές αυξάνονταν ήδη πριν από την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, η οποία όμως έχει διαταράξει περαιτέρω τις αγορές ενέργειας και τις εξαγωγές τροφίμων, αναγκάζοντας τις αναπτυσσόμενες χώρες να πληρώσουν

περισσότερα για την εισαγωγή βασικών προϊόντων σε μια εποχή που ήδη παλεύουν με αυξημένα χρέη που αναλαμβάνονται για να πληρώσουν για την αντιμετώπιση της πανδημίας. Ενώ ο πανικός για τον πληθωρισμό είναι παρών στις ειδησεογραφικές ατζέντες σε όλο τον κόσμο, όπως και στη χώρα μας, η Παγκόσμια Οικονομική Προοπτική του ΔΝΤ (2022) που δημοσιεύθηκε τον περασμένο Απρίλιο εκτιμά ότι θα φτάσει το 8,7% στις αναπτυσσόμενες οικονομίες σε σύγκριση με το 5,7% στις πλούσιες χώρες. Οι ειδικοί φοβούνται ότι εκατομμύρια ακόμη θα οδηγηθούν στη φτώχεια και ότι τα δίκτυα μεταφορών και τροφίμων θα επηρεαστούν.

Οι ανθρωπιστικές προσπάθειες για τους πρόσφυγες και τους πληθυσμούς που ήδη αντιμετωπίζουν κρίσεις πείνας θα μπορούσαν επίσης να δυσκολευτούν να αντιμετωπίσουν τις αυξημένες τιμές, σε μια εποχή που πολλοί αντιμετωπίζουν ήδη μειωμένη χρηματοδότηση βοήθειας. *«Το αυξανόμενο κόστος παροχής βοήθειας σε περιοχές όπως η βορειοδυτική Συρία, η οποία εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ανθρωπιστική βοήθεια, σημαίνει ότι οι άνθρωποι που χρειάζονται βοήθεια είναι αυτοί που υποφέρουν περισσότερο από τον πληθωρισμό»*, δήλωσε η Τζέσικα Άνταμς, επικεφαλής επικοινωνίας στη Syria Relief. *«Το κόστος μας για την κάλυψη των αναγκών έχει αυξηθεί – η βενζίνη για τη μεταφορά νερού στους καταυλισμούς κοστίζει περισσότερο, η κατασκευή σπιτιών για εκτοπισμένους Σύρους σε σκηνές κοστίζει περισσότερο καθώς τα οικοδομικά υλικά έχουν αυξηθεί. Αυτό είναι σε ένα πλαίσιο όπου οι δωρεές στη Συρία μειώνονται – έτσι σε μια σύγκρουση όπως η Συρία... η ζωή έχει γίνει απρόσιτη»*. Το κόστος της βενζίνης στη Σιέρα Λεόνε έχει αυξηθεί κατά 50%, και οι τιμές για βασικά προϊόντα όπως το μαγειρικό λάδι και το ρύζι έχουν επίσης αυξηθεί. *έχετε προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα. Υπάρχουν πολλοί αντίθετοι άνεμοι που επηρεάζουν τα οικονομικά σε όλο τον κόσμο»*, δήλωσε ο Bassam Fattouh, διευθυντής του Ινστιτούτου Ενεργειακών Μελετών της Οξφόρδης. *«Αν το δεις από τη σκοπιά ενός καταναλωτή, βάλλονται από δεξιά και αριστερά σε όλο τον κόσμο»*.

Η Oxfam (2022) έχει υπολογίσει στην πρόσφατη έκθεσή της ότι ένα τέταρτο του δισεκατομμυρίου ανθρώπων αντιμετωπίζουν τη φτώχεια φέτος λόγω της αύξησης των τιμών των τροφίμων και των καυσίμων, χαρακτηρίζοντάς την «την πιο βαθιά κατάρρευση της ανθρωπότητας σε ακραία φτώχεια». Οι υπηρεσίες του ΟΗΕ (2022) εξέφρασαν ανησυχίες για το πώς η αύξηση του κόστους τροφίμων και καυσίμων θα επηρεάσει τις δραστηριότητές τους, προβλέποντας αύξηση 136 εκατομμυρίων

δολαρίων στο λειτουργικό κόστος στη Δυτική Αφρική. Η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία θα μπορούσε να σημαίνει σοβαρά προβλήματα επισιτισμού στην Αίγυπτο, τον Λίβανο, την Υεμένη και αλλού στον αραβικό κόσμο όπου εκατομμύρια ήδη αγωνίζονται να επιβιώσουν. Η περιοχή εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις προμήθειες σιταριού από τις δύο χώρες που βρίσκονται τώρα σε πόλεμο και τυχόν ελλείψεις βασικής τροφής μπορεί να προκαλέσει αναταραχή.

Ο ΟΗΕ προειδοποίησε ήδη τον Απρίλιο (2022) ότι οι αναπτυσσόμενες χώρες θα γίνουν «παράπλευρες ζημιές» από τον πόλεμο της Ουκρανίας. *«Οι αναπτυσσόμενες χώρες αντιμετωπίζουν μια σωστή καταιγίδα αυξανόμενων τιμών των τροφίμων και των καυσίμων με ήδη περιορισμένο δημοσιονομικό χώρο και υψηλούς δείκτες χρέους. Χρειαζόμαστε επείγοντα μέτρα για να αποτρέψουμε τον μεγάλο ανθρώπινο πόνο και τον κόσμο να οδηγηθεί σε μια εποχή κοινωνικών και πολιτικών αναταραχών»*, δήλωσε η Ρεμπέκα Γκρίνσπαν, γενική γραμματέας της διάσκεψης του ΟΗΕ για το εμπόριο και την ανάπτυξη. Το ΔΝΤ (2022) είπε ότι ο πόλεμος εκτροχιάζει την οικονομική ανάκαμψη μετά την πανδημία και εκτιμάται ότι η παγκόσμια ανάπτυξη θα επιβραδυνθεί από 6,1% πέρυσι σε 3,6% το 2022. Ανέφερε επίσης ότι η πανδημία αύξησε το χρέος λόγω των δαπανών αντιμετώπισης, κάνοντας τις ευάλωτες χώρες να εξαρτώνται από το πετρέλαιο και τα τρόφιμα εισαγωγής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πανδημία και Πληθωρισμός

4.1 Στοιχεία για την Ευρώπη

4.1.1 Γενικές Παρατηρήσεις

Για να γίνει αναφορά στο φαινόμενο του πληθωρισμού για την Ευρώπη, πρέπει αρχικά να οριστεί τι θα θεωρήσουμε Ευρώπη στα πλαίσια αυτής της εργασίας. Αναφορικά με τον πληθωρισμό, θα μπορούσαν ως Ευρώπη να θεωρηθούν τα εξής:

A) Η γεωγραφική έκταση της Ευρώπης, συμπεριλαμβάνοντας και τα κράτη που δεν είναι μέλη της ΕΕ,

B) Τα κράτη – μέλη της ΕΕ,

Γ) Τα κράτη – μέλη της Ευρωζώνης.

Το ευρώ ως κοινό νόμισμα μπορεί να δώσει μια καλύτερη εικόνα του πληθωρισμού συνολικά, αλλά και διότι επιτρέπει να αξιοποιηθούν πηγές από τις δημοσιεύσεις της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ECB), η οποία ερευνά ενδελεχώς τα ζητήματα που αφορούν τον πληθωρισμό στη ζώνη του ευρώ. Στην ιστοσελίδα της ΕΚΤ, υπάρχουν ακόμη και εξηγήσεις για τον πληθωρισμό που απευθύνονται σε μη ειδικούς. Ο ορισμός που δίνεται στην ελληνική έκδοση της ιστοσελίδας έχει ως εξής: *«Πληθωρισμός εμφανίζεται όταν υπάρχει γενικευμένη αύξηση των τιμών των αγαθών και των υπηρεσιών, και όχι μόνο συγκεκριμένων πραγμάτων. Αυτό σημαίνει ότι με 1 ευρώ μπορείτε σήμερα να αγοράσετε λιγότερα αγαθά και υπηρεσίες από ό,τι χθες. Με άλλα λόγια, ο πληθωρισμός μειώνει την αξία του νομίσματος με την πάροδο του χρόνου»*².

Για να κατανοήσουμε τη μέτρηση του πληθωρισμού τιμών στην ευρωζώνη, είναι σημαντικό να γίνει μια αναφορά στον Εναρμονισμένο Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (εξής και ΕνΔΤΚ). Πρόκειται για μια μέθοδο που ακολουθείται για τον υπολογισμό του πληθωρισμού σε όλες τις χώρες της ευρωζώνης, γι' αυτό άλλωστε και αποκαλείται

2 Τι είναι ο πληθωρισμός; Διαθέσιμο στο <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.el.html>.

εναρμονισμένος δείκτης. Ουσιαστικά, ο ΕνΔΤΚ εκφράζει τις τιμές για ορισμένα βασικά αγαθά που απασχολούν τους καταναλωτές, αποτελώντας μια έκφραση αυτού που συχνά αναφέρεται στην καθημερινή διάλεκτο ως «καλάθι» ενός νοικοκυριού. Το να υπάρχει μια κοινή μέθοδος υπολογισμού είναι ιδιαίτερα πρακτικό σε μια οντότητα όπως η Ευρωζώνη – με τον τρόπο αυτό, διασφαλίζεται ότι κάθε κράτος μπορεί να παρέχει στοιχεία που να μπορούν να μπουν σε σύγκριση με τα στοιχεία από τα υπόλοιπα κράτη, καθώς η ΕΚΤ διαθέτει έναν δείκτη που μπορεί να λειτουργήσει ως μέσο για την παρακολούθηση του ρυθμού με τον οποίο οι τιμές αλλάζουν, και την εξαγωγή συμπερασμάτων για τις καταστάσεις που επηρεάζουν τον πληθωρισμό.

Στην ιστοσελίδα της ΕΚΤ αναφέρετε ότι ο δείκτης αυτός αποτελεί έναν «χάρτη», με τη βοήθεια του οποίου λαμβάνονται αποφάσεις για τη διαχείριση του πληθωρισμού. Στα πλαίσια, άλλωστε, του συστήματος της ΕΚΤ, η διατήρηση της σταθερότητας των τιμών είναι ένας από τους βασικούς στόχους. Στόχο της ΕΚΤ αποτελεί το να παραμένει ο πληθωρισμός σε σταθερή κατάσταση, χαμηλά επίπεδα και να παρουσιάζει προβλεψιμότητα – στόχος είναι μεσοπρόθεσμα ένας πληθωρισμός της τάξης του 2%. Όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα (κεφάλαιο 3), καλό στην οικονομία δεν κάνει ούτε ο αποπληθωρισμός, συνεπώς μια οντότητα όπως η ΕΚΤ στοχεύει στην ισορροπία και στη διατήρηση της ακεραιότητας του νομίσματος (Ioannidis, Murphy & Zilioli, 2021). Γιατί, όμως, δε θέλουμε αποπληθωρισμό; Φαινομενικά η πτώση στις τιμές των αγαθών και των υπηρεσιών δεν είναι κάτι κακό. Εντούτοις, οι οικονομολόγοι προειδοποιούν κατά του αποπληθωρισμού, καθώς συνολικά είναι μια ένδειξη ότι η οικονομία αποδυναμώνεται. Το βασικό επιχείρημα κατά του αποπληθωρισμού είναι ότι η πτώση των τιμών οδηγεί τις παραγωγούς εταιρείες στο να μειώνουν την παραγωγή τους και να απασχολούν λιγότερους εργαζομένους. Παρόλα αυτά, υπάρχουν και επιστημονικές απόψεις που διαφωνούν με αυτήν την προσέγγιση. Λόγου χάριν, στην έγκριτη ιστοσελίδα Investopedia, που ασχολείται με την εξήγηση οικονομικών όρων, παρουσιάζεται το παράδειγμα της Ελβετίας, που βίωσε πέντε περίπου χρόνια αποπληθωρισμού, χωρίς να υπάρξει κάποιο πρόβλημα στην εθνική οικονομία μακροπρόθεσμα (Investopedia, 2021).

Πώς, όμως, καταλήξαμε στον ΕνΔΤΚ; Πριν την εισαγωγή του ευρώ, κάθε κράτος διέθετε δική του μεθοδολογία και διεργασίες που μετρούσαν τον πληθωρισμό. Εντούτοις, το κοινό νόμισμα δημιούργησε την ανάγκη να υπάρξει μια κοινή

μεθοδολογία για όλη την ευρωζώνη, ώστε να υπάρχουν συγκρίσεις και αναλύσεις για κάθε κράτος χωρίς ανάγκη για μετατροπές επί μετατροπών ή διπλά στοιχεία. Ο δείκτης αυτός δε μετρά όλα τα προϊόντα το ίδιο, αλλά ως προς το πόσα χρήματα δαπανούν τα νοικοκυριά για το συγκεκριμένο είδος. Επί παραδείγματι, ο καφές σταθμίζεται σε συντελεστή 0,4% (όχι μεγάλη μεταβολή του ΕνΔΤΚ συνολικά αν αυξηθεί/μειωθεί η τιμή του καφέ), ενώ αντίθετα η βενζίνη έχει συντελεστή 4,6% (σχεδόν δέκα φορές μεγαλύτερη επιρροή στον ΕνΔΤΚ από τον καφέ). Επανεξετάζοντας τις στρατηγικές υπολογισμού (βλ. υποσημείωση³), το ΔΣ της ΕΚΤ αποφάσισε το 2021 ότι το κόστος ιδιοκατοίκησης πρέπει να συμπεριληφθεί στον ΕνΔΤΚ, για να υπάρχει μια πιο πιστή αποτύπωση του βιώματος των πολιτών σχετικά με την άνοδο των τιμών (Lane & Schmidt, 2006; Bruneau, De Bandt & Flageollet, 2003).

Η επίδραση της πανδημίας στον πληθωρισμό είναι εμφανής στα δεδομένα του 2021. Όπως αναφέρουν τα στοιχεία της ΕΚΤ, με βάση τη μέθοδο υπολογισμού που προαναφέρθηκε, ο συνολικός πληθωρισμός στην ευρωζώνη ήταν κατά Μ.Ο. 2,6%, παρουσιάζοντας αύξηση περί του 0,3% από το 2020, κυρίως λόγω της ανόδου των τιμών στο πεδίο της ενέργειας.

Το γεγονός ότι σε πολλούς τομείς η ζήτηση αυξήθηκε, λόγω της εξόδου από τα περιοριστικά μέτρα για την πανδημία, ακόμη και αν η οικονομία υπέστη μια αναβίωση, σήμαινε ότι ο πληθωρισμός σε ορισμένες περιπτώσεις ενισχύθηκε.

Παρόλα αυτά, τον Δεκέμβριο του 2021, ο πληθωρισμός είχε ανέβει σε 5%, έναντι -0,3% τον Δεκέμβριο του 2020. Η αύξηση του πληθωρισμού το 2021 ήταν ιδιαίτερα

3 Διαδικασία υπολογισμού ΕνΔΤΚ σύμφωνα με την ΕΚΤ (τρία στάδια):

1. Συλλογή τιμών: Σε μηνιαία βάση, συλλέγονται πάνω από 1,8 εκ. Τιμές από αριθμό μεγαλύτερο των 200.000 εμπορικών καταστημάτων. Οι μετρήσεις αυτές διεξάγονται σε σχεδόν 1600 μεγαλύτερες ή μικρότερες πόλεις στην ευρωζώνη. Κάθε κράτος παρέχει στοιχεία για παραπάνω από 700 (κατά Μ.Ο.) είδη αγαθών ή υπηρεσιών που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά. Κάθε κράτος μπορεί να διαφέρει ως προς τα άλλα ως προς τον ακριβή αριθμό των δειγμάτων, ενώ η δειγματοληψία δε γίνεται μόνο σε ένα είδος μαγαζιών. Για παράδειγμα, αν βιβλία πωλούνται στα βιβλιοπωλεία, στα σούπερ μάρκετ αλλά και στο διαδίκτυο, συλλέγονται τιμές και από τα τρία για να εξαχθεί ο μέσος όρος.
2. Στάθμιση των ομάδων προϊόντων: Αυτό που ουσιαστικά συμβαίνει είναι ότι ανάλογα με τη βαρύτητα κάθε ομάδας προϊόντων για τα νοικοκυριά, ο συντελεστής για κάθε κατηγορία αναπροσαρμόζεται ανά τακτά διαστήματα, ώστε ο δείκτης να αποτυπώνει την πραγματική κατάσταση και τις τάσεις που επικρατούν στην αγορά. Οι υπολογισμοί αυτοί συμβαίνουν βάσει ερευνών, στις οποίες καταγράφεται το πού ξοδεύονται τα χρήματα των νοικοκυριών. Οι συντελεστές βασίζονται στους μέσους όρους για κάθε κράτος και κάθε κατηγορία προϊόντων.
3. Στάθμιση των χωρών: Για να προκύψει ο κοινός ΕνΔΤΚ, κάθε κράτος σταθμίζεται αναφορικά με τα μερίδια των χωρών στις συνολικές καταναλωτικές δαπάνες της ευρωζώνης.

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

ραγδαία, με πρωτοφανείς ρυθμούς και επαναλαμβανόμενα μοτίβα απροσδόκητων αυξήσεων. Αν και αναμενόταν ότι το 2022 οι παράγοντες που αύξησαν τον πληθωρισμό το 2021 θα εξασθενούσαν, επαναφέροντας την οικονομία σε μια κανονικότητα, ο πόλεμος στην Ουκρανία μετέβαλε αυτά τα δεδομένα. Η ΕΚΤ εξηγεί ότι μετά την εισβολή των Ρώσων στο ουκρανικό έδαφος τον περασμένο Φεβρουάριο, τόσο ο πληθωρισμός όσο και η αβεβαιότητα για αυτόν αυξήθηκαν εκ νέου κατακόρυφα. Για τον Ιούνιο του 2022, ο πληθωρισμός έφτασε στο 8,6%⁴ και οι καταναλωτές βίωσαν αύξηση των τιμών σε πολλά είδη πρώτης ανάγκης.

4.1.2 Ειδικότερες κατηγορίες

Στον ακόλουθο πίνακα⁵, παρουσιάζονται οι ειδικότερες κατηγορίες προϊόντων και οι τάσεις που παρουσίασε ο πληθωρισμός αναφορικά με αυτές κατά το 2020 και 2021 στην ευρωζώνη, ανά εξάμηνο.

Πίνακας 4.1: - Δείκτες πληθωρισμού για την Ευρωζώνη, 2020 - 2021

Κατηγορία	Εξάμηνο 1/ 2020	Εξάμηνο 2 / 2020	Εξάμηνο 1 / 2021	Εξάμηνο 2/ 2021
Συνολικός δείκτης	0,66%	-0,3%	1,43%	3,76%
Αλκοόλ και καπνικά προϊόντα	3,35%	3,33%	2,75%	2,25%
Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά	2,63%	1,38%	0,46%	2,11%
Κόστος κατοίκησης (ενοίκιο, ενέργεια, νερό)	-0,5%	-1,06%	2,1%	7,1%
Κόστος μεταφορών	-1,05%	-3,02%	3,41%	9,3%

4 Πηγή: https://ycharts.com/indicators/eurozone_inflation_rate.

5 Όλα τα στοιχεία για τον πίνακα ανακτήθηκαν από το <https://www.euro-area-statistics.org/inflation-rates>.

Όπως φαίνεται στον πίνακα αυτό, ο συνολικός δείκτης του πληθωρισμού σημείωσε αύξηση το 2021. Ενδιαφέρον, όμως, έχει και να δούμε το πώς μεταβλήθηκε ο πληθωρισμός σε κάθε κατηγορία. Το αυξανόμενο κόστος της ενέργειας, το οποίο φυσικά μόνο χειρότερο έγινε εν έτει 2022, ήταν ήδη από το τελευταίο εξάμηνο του 2021 εμφανές, τόσο στο πεδίο της οικιακής χρήσης όσο και των μεταφορών. Αντιθέτως, το αλκοόλ και ο καπνός, αλλά και η διατροφή και τα μη αλκοολούχα ποτά δε σημείωσαν πολύ μεγάλες διακυμάνσεις. Αξία έχει να σημειώσουμε ότι το αλκοόλ και ο καπνός ήταν η μόνη κατηγορία που βρέθηκε πάνω από το 3% το 2020, με την πανδημία και τα μέτρα καταπολέμησής της σε έξαρση, πράγμα που ίσως μαρτυρεί τη μεγαλύτερη ζήτηση για τέτοιου είδους προϊόντα, δεδομένου και του εγκλεισμού, που πιθανότατα έκανε αρκετούς πολίτες να αναζητήσουν μια ανακούφιση σε τέτοιου είδους συνήθειες. Παρομοίως, οι μεταφορές και το κόστος της ενέργειας πιθανότατα λόγω της μειωμένης ζήτησης κατά τη διάρκεια των lockdown σε όλη σχεδόν την Ευρώπη παρουσίασαν αποπληθωρισμό το 2020, ενώ το 2021 ανέβηκαν ξανά και ξεπέρασαν τα προηγούμενα επίπεδα, πιθανώς λόγω των αυξανόμενων αναγκών σε μετακινήσεις.

Αυτή ήταν η κατάσταση αναφορικά με την ευρωζώνη το 2020 και το 2021. Οι επιδράσεις της πανδημίας, τόσο σύμφωνα με τις δημοσιεύσεις της ΕΚΤ, όσο και από την παρατήρηση των αριθμών που παρατέθηκαν, ήταν παραπάνω και από έντονες, όπως άλλωστε έχουν παρατηρήσει και πολλοί ερευνητές (Amamiya, 2022).

4.2 Στοιχεία για την Ελλάδα

4.2.1 Γενικές παρατηρήσεις

Η ενεργειακή κρίση που βιώνουμε σήμερα, λόγω του πολέμου στην Ουκρανία, ήρθε μετά από μια ιδιαίτερα μεγάλη κρίση της πανδημίας. Και τα δύο αυτά γεγονότα επηρέασαν την ελληνική οικονομία, αυξάνοντας κατακόρυφα τον πληθωρισμό σε πολλά είδη. Τα ελληνικά νοικοκυριά βιώνουν πλέον τις ανατιμήσεις αγαθών πρώτης ανάγκης, καθώς έχει παρατηρηθεί ένα πρωτοφανές κύμα ακρίβειας. Η πανδημία είχε σε αυτό ιδιαίτερα σημαντικό ρόλο. Λόγω αυτής, η συστηματική βελτιωτική τάση που είχε παρατηρηθεί στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αντιστράφηκε. Η πανδημία σήμανε οπισθοδρόμηση στην απασχολησιμότητα, στην κατανομή των εισοδημάτων, τη λειτουργία των επιχειρήσεων, και ενέτεινε τα προβλήματα της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού που προϋπήρχαν. Η άνοδος του πληθωρισμού σε επίπεδο 8% τον Μάρτιο του 2022 αποτέλεσε ρεκόρ των τελευταίων 25 ετών και έκανε ακόμη πιο

δύσκολη τη διαβίωση για τον μέσο πολίτη. Η αγοραστική δύναμη μειώθηκε και η ακρίβεια συνεχίζει να αυξάνεται σε ραγδαίο ρυθμό. Ήδη από τον Δεκέμβριο του 2021, η ΕΛΣΤΑΤ σημείωνε αυξήσεις στις τιμές των ειδών πρώτης ανάγκης. Για το σύνολο του 2021, ο μέσος πληθωρισμός διαμορφώθηκε στο 1,2% ενώ το 2020 ο αντίστοιχος δείκτης ήταν -1,2%. Ο δείκτης των τιμών καταναλωτή αυξήθηκε ιδιαίτερα τον μήνα Δεκέμβριο. Αυξήσεις τιμών παρατηρήθηκαν στο πετρέλαιο και το φυσικό αέριο, αλλά και στο ηλεκτρικό ρεύμα, ενώ η διατροφή ήταν επίσης ένας από τους τομείς που επλήγησαν, αυξάνοντας το κόστος των απαραίτητων για τα νοικοκυριά (ΕΛΣΤΑΤ, 2022). Ήδη από το τρίτο τρίμηνο του 2021, ο πληθωρισμός τόσο στην ευρωζώνη όσο και στην Ελλάδα παρουσιάζει αύξηση, ακόμη και υπέρμετρη σε ορισμένες αγορές (όπως στην ενέργεια), προαγγέλλοντας τόσο το κλείσιμο σε υψηλότερα επίπεδα από το 2020, αλλά και θέτοντας τις βάσεις για τις ιδιαίτερα μεγάλες αυξήσεις του 2022, υπό την επιρροή και των τραγικών γεγονότων του πολέμου στην Ουκρανία.

4.2.2 Ειδικότερες κατηγορίες

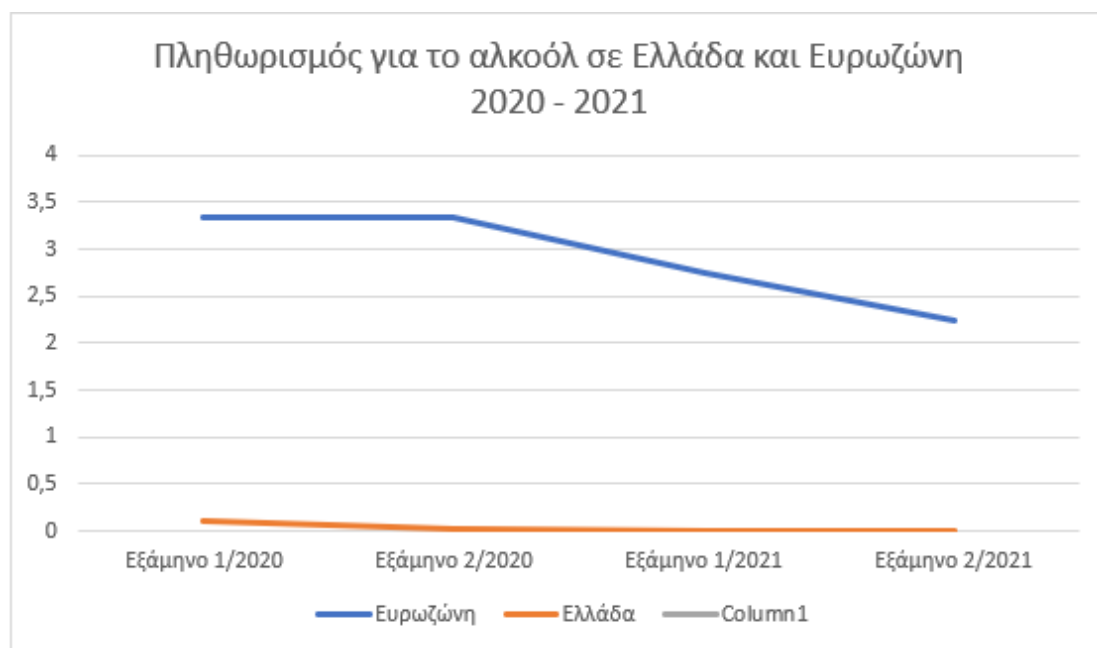
Κατηγορία	Εξάμηνο 1/ 2020	Εξάμηνο 2 / 2020	Εξάμηνο 1 / 2021	Εξάμηνο 2/ 2021
Συνολικός δείκτης	-0,3%	-2,25%	-1,33%	2,5%
Αλκοόλ και καπνικά προϊόντα	0,11%	0,03%	-0,1%	0%
Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά	1,2%	1,95%	-0,21%	3,28%
Κόστος κατοίκησης (ενοίκιο, ενέργεια, νερό)	-3,1%	-4,2%	0,31%	8,7%
Κόστος μεταφορών	-1,63%	-6,63%	-0,71%	4,93%

Πίνακας 4.2: - Στοιχεία πληθωρισμού για την Ελλάδα, 2020 -2021

Όπως φαίνεται από τον ανωτέρω πίνακα⁶, στην Ελλάδα το αλκοόλ και τα καπνικά προϊόντα όχι απλά παρουσίασαν σταθερότητα, αλλά και παρέμειναν στα ίδια σχεδόν επίπεδα καθ' όλη τη διάρκεια του 2020 και του 2021, επηρεάζοντας ουσιαστικά ελάχιστα τη συνολική αύξηση του πληθωρισμού και του ΕνΔΤΚ. Ενδιαφέρον είναι να αναφερθεί ότι ακόμη και για τον Ιούνιο του 2022, με τον πληθωρισμό εν γένει να βρίσκεται σε υψηλότερα επίπεδα, σε αυτά τα είδη ο μήνας έκλεισε με πληθωρισμό της τάξης μόνον του 0,5%. Αντίθετα, στα είδη διατροφής και τα μη αλκοολούχα ποτά, ο δείκτης του πληθωρισμού αυξήθηκε λίγο το δεύτερο εξάμηνο του 2020 σε σχέση με το πρώτο, μετά παρουσίασε μια μείωση περί τις 2 ποσοστιαίες μονάδες το πρώτο εξάμηνο του 2021, και το δεύτερο εξάμηνο του 2021 ανήλθε σε υψηλότερα από τα προ της πανδημίας επίπεδα. Αναφορικά με την κατοίκηση, παρατηρήθηκε αποπληθωρισμός της τάξεως του -3,1% για το πρώτο εξάμηνο του 2020 και του -4,2% για το δεύτερο, αναλογικά με τις τάσεις του συνολικού δείκτη για το έτος εκείνο. Αντιθέτως, και ιδίως λόγω των αυξήσεων στις τιμές της ενέργειας τους μήνες Νοέμβριο και Δεκέμβριο του 2021, ο πληθωρισμός της κατηγορίας για το δεύτερο εξάμηνο του 2021 ανήλθε σε 8,7%. Τέλος, οι μεταφορές έδειξαν να παρουσιάζουν έντονο αποπληθωρισμό στο πρώτο, αλλά κυρίως στο δεύτερο εξάμηνο του 2020. Αντίθετα, το 2021 φαίνεται να υπάρχει στο πρώτο εξάμηνο μια ανάκαμψη του δείκτη, ο οποίος στο δεύτερο εξάμηνο φτάνει το 4,93%. Αυτές οι ενδείξεις δεν είναι, φυσικά, άσχετες με το γεγονός ότι την περίοδο του lockdown υπήρχε πολύ λιγότερη ζήτηση για τον τομέα των μεταφορών. Τόσο αναφορικά με την οικιακή κατανάλωση ενέργειας, όσο και με τις μεταφορές, η τάση του πληθωρισμού συνολικά δείχνει να συμβαδίζει με τους τομείς αυτούς. Φαίνεται, συνεπώς, ότι οι κατηγορίες που σχετίζονται με την ενέργεια έχουν ιδιαίτερα υψηλή επιρροή στον δείκτη του πληθωρισμού για την Ελλάδα.

⁶ Όλα τα στοιχεία για τον πίνακα ανακτήθηκαν από το <https://www.euro-area-statistics.org/inflation-rates>.

4.3 Σύγκριση



Διάγραμμα 4.1: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη 2020 – 2021

Από όσα έχουν ήδη παρουσιαστεί και σχολιαστεί, αλλά και στο ανωτέρω διάγραμμα, φαίνεται ότι η πορεία του πληθωρισμού στην Ελλάδα υπήρξε παρόμοια με αυτήν της υπόλοιπης ευρωζώνης. Μπορεί να υπήρξαν διαφορές αναφορικά με μεμονωμένες κατηγορίες, όπως τα αλκοολούχα ποτά και ο καπνός, που παρουσίασαν σχεδόν μηδενικό πληθωρισμό στην Ελλάδα αλλά δεν έπεσαν κάτω από το 2,25% στο σύνολο της ευρωζώνης. Στον τομέα της διατροφής και των μη αλκοολούχων ποτών, παρατηρείται διαφορετική τάση από την Ελλάδα στην ευρωζώνη. Στην Ελλάδα, το δεύτερο εξάμηνο του 2020 παρουσίασε αύξηση του πληθωρισμού, ενώ στο σύνολο της ευρωζώνης μείωση. Το 2021, το σύνολο της ευρωζώνης επανέρχεται περίπου στον δείκτη των αρχών του 2020, ενώ στην Ελλάδα ο δείκτης του πληθωρισμού για τα τρόφιμα αυξάνεται σε μεγαλύτερο βαθμό. Στους τομείς που αφορούν την ενέργεια, οι τάσεις υπήρξαν παρόμοιες, καθώς το δεύτερο εξάμηνο του 2021 ο πληθωρισμός ήταν αρκετά αυξημένος, πράγμα που συνεχίστηκε και τους πρώτους μήνες του 2022, ιδιαίτερα υπό το πρίσμα των στρατιωτικών επιχειρήσεων στην Ουκρανία.

Ας δούμε, όμως, και ένα διάγραμμα που περιγράφει την ίδια σχέση, αλλά από το 2008 ως το 2021.



Διάγραμμα 4.2: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη 2008 – 2021

Στον πίνακα αυτόν φαίνεται ότι η Ελλάδα μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, επηρεάστηκε πολύ περισσότερο στον πληθωρισμό αναφορικά με τα αλκοολούχα ποτά από το σύνολο της Ευρωζώνης. Ενώ στην Ευρωζώνη βλέπουμε μια γραμμική πορεία, στην Ελλάδα οι αποκλίσεις από το 2008 ως το 2012 είναι ιδιαίτερα μεγάλες. Από το 2013 και έως τις αρχές του 2016, υπάρχει μια εν πολλοίς σύμπτωση, γύρω στο ποσοστό του 2-3%. Στην Ελλάδα παρατηρείται μια άνοδος το 2017, ενώ στην Ευρωζώνη μια μικρότερη άνοδος το 2018. Πάντως, μετά το 2018, ενώ η Ευρωζώνη συνολικά διατηρεί έναν πληθωρισμό γύρω στο 3%, στην Ελλάδα τα ποσοστά είναι πολύ χαμηλότερα, φτάνοντας στο 0,05% για το 2021.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Ρόλος των μεσαζόντων και σύγχρονα προβλήματα

5.1 Σημαντικότητα της ελληνικής αγοράς οίνου

Η οινοποιητική βιομηχανία στην Ελλάδα έχει τεράστια σημασία, όχι μόνο για τη συμβολή της στην οικονομία της χώρας αλλά και για τη βαθιά ριζωμένη πολιτιστική της κληρονομιά. Με ιστορία χιλιάδων ετών, η Ελλάδα έχει συνδεθεί με την οινοποίηση από τα αρχαία χρόνια, καθιστώντας την μια από τις παλαιότερες οινοπαραγωγικές περιοχές στον κόσμο. Σήμερα, η ελληνική βιομηχανία κρασιού συνεχίζει να ανθίζει, προσφέροντας μια ποικιλία κρασιών που αντικατοπτρίζουν το μοναδικό *terroir* και τις γηγενείς ποικιλίες σταφυλιού της χώρας. Έτσι, η οινοποιητική βιομηχανία της Ελλάδας διαδραματίζει κρίσιμο ρόλο στην οικονομία της χώρας, παρέχοντας ευκαιρίες απασχόλησης, προωθώντας τον τουρισμό και δημιουργώντας έσοδα τόσο μέσω εγχώριων όσο και διεθνών πωλήσεων. Ο κλάδος γνώρισε αξιοσημείωτη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, με αυξανόμενη εστίαση στην ποιότητα και την καινοτομία. Τα ελληνικά κρασιά έχουν κερδίσει αναγνώριση και εκτίμηση παγκοσμίως, προσελκύοντας τους λάτρεις του κρασιού και τους γνώστες του κρασιού που αναζητούν ξεχωριστές και εξαιρετικές γεύσεις.

Ακολουθούν μερικά στατιστικά στοιχεία που υπογραμμίζουν τη σημασία της ελληνικής οινοποιητικής βιομηχανίας:

Παραγωγή οίνου: Το 2018 λειτούργησαν περίπου 1200 οινοποιεία στην Ελλάδα (Stochasis.com, 2018). Αυτό υποδηλώνει μια ακμάζουσα βιομηχανία με σημαντικό αριθμό παραγωγών αφοσιωμένων στην κατασκευή κρασιών υψηλής ποιότητας.

Αύξηση των εξαγωγών: Μεταξύ 2016 και 2021, οι εξαγωγές ελληνικού κρασιού σημείωσαν αξιοσημείωτη αύξηση 7,43% (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ). Αυτό καταδεικνύει την αυξανόμενη ζήτηση για ελληνικά κρασιά στις διεθνείς αγορές και την ικανότητα του κλάδου να ανταγωνίζεται παγκοσμίως.

Εγχώρια κατανάλωση: Παρά τη μείωση της εγχώριας κατανάλωσης οίνου κατά περισσότερο από 25% μεταξύ 2010 και 2020 (Keosoe.gr, 2018), τα ελληνικά κρασιά συνεχίζουν να διατηρούν δεσπόζουσα θέση στην εγχώρια αγορά. Οι εισαγωγές αντιπροσωπεύουν μόνο το 8,7% του συνόλου του κρασιού που καταναλώνεται στην

Ελλάδα, υπογραμμίζοντας περαιτέρω την προτίμηση για κρασιά εγχώριας καλλιέργειας (Ec.europa.eu, 2018).

Μερίδιο αγοράς: Τα ελληνικά κρασιά έχουν ισχυρή παρουσία στην ελληνική αγορά. Το 2017, οι συνολικές εισαγωγές κρασιού στην Ελλάδα υπολογίστηκαν σε 192.600 εκατόλιτρα, αντιπροσωπεύοντας ένα σχετικά μικρό μέρος της ετήσιας κατανάλωσης κρασιού της χώρας 2.206.000 εκατόλιτρων (Keosoe.gr, 2018). Αυτό αναδεικνύει τη σημασία των ελληνικών κρασιών στην κάλυψη της τοπικής ζήτησης.

Η σημασία της ελληνικής οινοποιητικής βιομηχανίας εκτείνεται πέρα από οικονομικούς παράγοντες. Αντιπροσωπεύει μια πολιτιστική κληρονομιά βαθιά συνυφασμένη με τις ελληνικές παραδόσεις και την πλούσια ιστορία της χώρας. Η εστίαση της βιομηχανίας στη διατήρηση των γηγενών ποικιλιών αμπέλου και η χρήση παραδοσιακών τεχνικών οινοποίησης συμβάλλει στη διατήρηση της αμπελουργικής κληρονομιάς της Ελλάδας. Συμπερασματικά, η ελληνική οινοποιητική βιομηχανία κατέχει μια κρίσιμη θέση στην ελληνική οικονομία, τον πολιτισμό και την ιστορία της Ελλάδας. Με αυξανόμενη παρουσία στις διεθνείς αγορές, αφοσίωση στην ποιότητα και έμφαση στις παραδοσιακές πρακτικές, τα ελληνικά κρασιά συνεχίζουν να αιχμαλωτίζουν τους λάτρεις του κρασιού παγκοσμίως. Η επιτυχία του κλάδου συμβάλλει στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην τουριστική ανάπτυξη και στην προώθηση της μοναδικής οινικής κουλτούρας της Ελλάδας, ενισχύοντας περαιτέρω τη σημασία του για τη χώρα.

5.2 Σύγχρονες προκλήσεις για τη βιομηχανία ποτών και την οινοπαραγωγή στην Ελλάδα

5.2.1 Διεθνές επίπεδο

Στη σύγχρονη εποχή, με το κόστος της ενέργειας να ανεβαίνει συνεχώς και ζητήματα όπως οι πολεμικές αναμετρήσεις να απασχολούν την ανθρωπότητα, πολλές οικονομίες έχουν υποχωρήσει λόγω διαταραχών σε βασικούς κλάδους. Το κόστος και οι καθυστερήσεις αποστολών, οι ελλείψεις εμπορευματοκιβωτίων, το υψηλότερο κόστος συσκευασίας και το αυξανόμενο κόστος ενέργειας συνεχίζουν να αποτελούν μια

ιδιαίτερη πρόκληση για την αγορά, και ασφαλώς και για τη βιομηχανία των ποτών. Εν τω μεταξύ, ο αυξανόμενος πληθωρισμός και το μεταβαλλόμενο πολιτικό τοπίο έχουν περιορίσει και τη λειτουργία των καταστημάτων εστίασης. Στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, ο πληθωρισμός ήταν τον Νοέμβριο του 2021, αυξημένος κατά 6,8%, ενώ η αλυσίδα εφοδιασμού και οι προσλήψεις του Ηνωμένου Βασιλείου σε αυτόν τον τομέα συνεχίζουν να επηρεάζονται από το Brexit.

Όπως συμβαίνει με πολλά άλλα εμπορεύματα, η λιανική τιμή των αλκοολούχων ποτών καθορίζεται από διάφορους παράγοντες. Οι πιο σημαντικοί παράγοντες σύμφωνα με αναφορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης (RAND Europe, 2009) είναι:

1. Το κόστος παραγωγής, περιλαμβάνει το κόστος των εισροών (π.χ. σιτηρά και λυκίσκος) και το κόστος επεξεργασίας αυτών των εισροών, καθώς και ευρύτερο κόστος μάρκετινγκ (π.χ. για την καθιέρωση και τη διατήρηση επωνυμιών).
2. Τα έξοδα μεταφοράς, διανομής και λιανικής πώλησης.
3. Η ζήτηση και η προσφορά αλκοολούχων ποτών.
4. Το επίπεδο ανταγωνισμού (π.χ. μεταξύ διαφορετικών λιανοπωλητών και μεταξύ παραγωγών αλκοόλ).
5. Η ποσότητα που τίθεται προς πώληση (π.χ. προσφορές για μεγαλύτερες ποσότητες),
6. το επίπεδο φορολογίας (π.χ. φόρος προστιθέμενης αξίας και ειδικοί φόροι αλκοόλ),
7. Το είδος του λιανικού εμπορίου.

Στο μέτρο που μπορεί να επηρεάσει την τιμή του αλκοόλ, η φορολογία έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον ως πιθανός μοχλός πολιτικής για να επηρεάσει την τιμή των αλκοολούχων ποτών και, συνεπώς, να μειώσει την επικίνδυνη και επιβλαβή κατανάλωση. Μελέτες από πολλές χώρες στην Ευρώπη και αλλού έχουν δείξει μια αντίστροφη σχέση μεταξύ των τιμών του αλκοόλ και της κατανάλωσης - δηλαδή, ότι όταν όλοι οι άλλοι παράγοντες παραμένουν αμετάβλητοι, αυξάνεται η τιμή του αλκοόλ (π.χ. μετά την επιβολή υψηλής φορολογίας). Αντίθετα, αυτές οι μελέτες έδειξαν επίσης ότι οι μειώσεις στην τιμή (όπως όταν μειώνεται η φορολογία ή μέσω της μεγάλης κλίμακας

χρήσης προωθητικών ενεργειών σε καταστήματα λιανικής) συνήθως οδηγούν σε αύξηση της κατανάλωσης αλκοόλ και σε πιθανές βλάβες (RAND Europe, 2009).

Παράλληλα, δεδομένα του IOBE στην Ελλάδα υπογραμμίζουν τη σημασία της φορολογίας για τη συγκεκριμένη αγορά. Η χρήση της έμμεσης φορολογίας, μέσω της αύξησης των συντελεστών ΦΠΑ σε αγαθά και υπηρεσίες, καθώς και του ειδικού φόρου κατανάλωσης (σε ποτά, καπνό, φυσικό αέριο, ηλεκτρική ενέργεια και, πρόσφατα, φυσικό αέριο), ήταν, σε δυσανάλογο βαθμό, ένα από τα κύρια συστατικά μιας προσπάθειας μείωσης του δημοσιονομικού ελλείμματος, αφού κρίθηκε ότι θα μπορούσε να επιφέρει άμεσα αποτελέσματα στα δημόσια έσοδα. Η προσπάθεια για μεταρρύθμιση και επαναπροσανατολισμός της οικονομίας προς μια βιώσιμη πορεία ανάπτυξης, που είναι πιο επίπονη και απαιτεί περισσότερο χρόνο για να δείξει τα αποτελέσματά της, δεν έχει ακόμη εφαρμοστεί με την ίδια ένταση και ταχύτητα, αν και είναι σε εξέλιξη. Φαίνεται ότι κατά τον σχεδιασμό της πολιτικής έμμεσης φορολογίας, οι επιπτώσεις από την αύξηση των τιμών των προϊόντων, που προκαλούνται από την αύξηση των φορολογικών συντελεστών, σε παραμέτρους όπως η ζήτηση, η απασχόληση, οι επενδύσεις, η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, άλλα δημοσιονομικά Τα έσοδα, ο πληθωρισμός, καθώς και οι δευτερογενείς επιπτώσεις στις δημοσιονομικές δραστηριότητες που σχετίζονται με τομείς στους οποίους επιβάλλεται ο ειδικός φόρος κατανάλωσης, έχουν αγνοηθεί. Αυτό σημαίνει ότι η αύξηση των φορολογικών εσόδων, ακόμη και αν επιτευχθεί, είναι σε πολλές περιπτώσεις προσωρινή. Ειδικά σε τομείς που προσφέρουν προϊόντα με αυξημένη ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή, η επιβολή πρόσθετων φόρων στην κατανάλωση δεν διασφαλίζει την αύξηση των φορολογικών εσόδων. Στο μεταξύ, κινδυνεύει η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, η ύφεση βαθαίνει, ενώ τα αρνητικά αποτελέσματα είναι έντονα σε επίπεδο απασχόλησης και κοινωνικής συνοχής. Ο κλάδος των οινοπνευματωδών ποτών, μέρος του ευρύτερου κλάδου των αλκοολούχων ποτών, έχει σημαντική συνεισφορά στην ελληνική οικονομία, ιδίως όσον αφορά τα φορολογικά έσοδα. Επιπλέον, έχει σημαντικές διασυνδέσεις με άλλους τομείς της ελληνικής οικονομίας (χονδρικό και λιανικό εμπόριο, τρόφιμα & ποτά/ψυχαγωγία, διαφήμιση κ.λπ.), γεγονός που κάνει τον αντίκτυπο της φορολογίας μεγαλύτερο, από άποψη ΑΕΠ και απασχόλησης (IOBE, 2011). Το γεγονός ότι η αναφορά αυτή γράφτηκε την περίοδο λήψης αυστηρότατων δημοσιονομικών μέτρων

για την οικονομική κρίση δείχνει πόσο επηρεάστηκε η αγορά των αλκοολούχων ποτών από την περιρρέουσα συνθήκη.

Ακολουθούν οι βασικές τάσεις που διαμορφώνουν διαχρονικά το τοπίο της αγοράς αλκοολούχων ποτών, καθώς οι συμπεριφορές των καταναλωτών συνεχίζουν να αλλάζουν και να καθοδηγούν τις στρατηγικές της αγοράς και την καινοτομία των αντίστοιχων προϊόντων:

1. Εμφάνιση μη παραδοσιακών κατηγοριών πολυτελείας: Παρόλο που τα αποστάγματα διεθνούς στάτους υπέστησαν πτώση το 2020 με ρυθμό που ξεπέρασε αυτόν της συνολικής παγκόσμιας αγοράς οινοπνευματωδών ποτών, η IWSR, οργανισμός που μελετά κατ' αποκλειστικότητα την αγορά αλκοολούχων ποτών, αναμένει ανοδική ανάκαμψη σύμφωνα με τα προηγούμενα επίπεδα ανάπτυξης της περιόδου 2014-2019. Η μελλοντική ανάπτυξη στο πεδίο αυτό θα υποστηριχθεί, σύμφωνα με την εταιρεία, από τα αυξανόμενα επίπεδα πλούτου και τους νεοεισερχόμενους στην αγορά – ειδικά στην Ασία και τις ΗΠΑ. Η έρευνα καταναλωτών της IWSR, για παράδειγμα, δείχνει ότι το 39% των εύπορων Κινέζων που πίνουν αλκοόλ δήλωσαν ότι είχαν ξοδέψει πάνω από 500 RMB (περίπου 79 \$ ΗΠΑ) σε ένα μπουκάλι αλκοόλ για να το πουν στο σπίτι το πρώτο εξάμηνο του 2021. Καθώς οι νέοι καταναλωτές εισέρχονται στην αγορά, ένας βασικός παράγοντας που διαταράσσει το σημερινό τοπίο των οινοπνευματωδών ποτών είναι η διαφοροποίηση του πεδίου και η εμφάνιση ολοένα πιο εξειδικευμένων κατηγοριών – όπως οινοπνευματώδη ποτά με βάση την αγαύη, ιρλανδικό ουίσκι, ουίσκι ΗΠΑ και ιαπωνικό ουίσκι, τα οποία όλα κατέγραψαν ραγδαία ανάπτυξη το 2020.

2. Προϊόντα χωρίς αλκοόλ ή με χαμηλή περιεκτικότητα: Τα προϊόντα χωρίς και χαμηλή περιεκτικότητα σε αλκοόλ γίνονται πιο προσιτά για τους καταναλωτές, καθώς γίνονται όλο και πιο αποδεκτά ως τρόπος ζωής και κοινωνική νόρμα. Τα κανάλια που είναι αποκλειστικά αφιερωμένα στην πώληση ποτών χωρίς αλκοόλ για ενήλικες παρουσιάζουν επίσης άνοδο, με αποκλειστικούς ιστότοπους ηλεκτρονικού εμπορίου, λιανοπωλητές και μπαρ που έρχονται στην αγορά. Γίνεται ολοένα και πιο εμφανής η διάκριση στο πώς και πότε οι καταναλωτές επιλέγουν τα προϊόντα αυτά έναντι των συμβατικών προϊόντων. Οι νέες τεχνολογίες δίνουν επίσης τη δυνατότητα στους

παραγωγούς να λανσάρουν προϊόντα χωρίς αλκοόλ που προσφέρουν βελτιωτικά της διάθεσης ή λειτουργικά οφέλη, πολλά με συστατικά όπως CBD, νοοτροπικά και προσαρμογόνα. Αυτά τα προϊόντα επικεντρώνονται στο πώς τα συστατικά θα κάνουν τους καταναλωτές να αισθάνονται ευφορία και θεωρούνται ως ένας εναλλακτικός τρόπος για να απολαύσουν παραδοσιακές περιστάσεις με αλκοόλ – αξιοποιώντας τους καταναλωτές που έχουν επίγνωση της υγείας τους (IWSR, 2022).

3. Το τοπίο του ηλεκτρονικού εμπορίου γίνεται πιο διαφοροποιημένο: Η αξία του ηλεκτρονικού εμπορίου αυξήθηκε σχεδόν κατά +43% το 2020 σε 16 βασικές αγορές, από +12% το 2019. Τα στοιχεία της IWSR δείχνουν ότι έως το 2025, σε αυτές τις αγορές το ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται να αντιπροσωπεύει περίπου το 6% του συνόλου των αλκοολούχων ποτών εκτός εμπορίου όγκους, σε σύγκριση με λιγότερο από 2% το 2018. Καθώς αναπτύσσονται οι πωλήσεις αλκοολούχων ποτών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, ο αριθμός των εμπόρων λιανικής αυξάνεται και η γκάμα των επιχειρηματικών μοντέλων που χρησιμοποιούν γίνεται πιο διαφοροποιημένη και διαφοροποιημένη. Οι διακρίσεις μεταξύ διαφορετικών καναλιών ηλεκτρονικού εμπορίου, ακόμη και μεταξύ αγορών μέσω Διαδικτύου έναντι αγορών εκτός σύνδεσης, γίνονται όλο και πιο άσχετες για τους καταναλωτές. Αυτό οδηγεί σε θόλωση των γραμμών μεταξύ των καναλιών διαδικτυακών πωλήσεων – για παράδειγμα, οι λιανοπωλητές παντός καναλιού δημιουργούν συνεργασίες logistics με υπηρεσίες κατ' απαίτηση προκειμένου να προσφέρουν ταχύτερη παράδοση (IWSR, 2022).

5.1.2 Προκλήσεις για την αγορά του οίνου στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια, οι Έλληνες οινοπαραγωγοί έχουν αντιμετωπίσει μια σειρά από προκλήσεις που έχουν επηρεάσει τη βιομηχανία της οινοπαραγωγής στη χώρα μας. Το 2018, η Ελλάδα διέθετε περίπου 1200 οινοποιεία, ορισμένα από τα οποία προμηθεύονταν τις πρώτες ύλες τους από μακροχρόνιες συνεργασίες με αμπελουργούς, ενώ άλλα διαθέτουν ιδιωτικούς αμπελώνες (Stochasis.com, 2018). Η οινοποίηση έχει περάσει από μια παραδοσιακή πρακτική σε μια πιο επιστημονική διαδικασία, δίνοντας έμφαση σε παράγοντες όπως το κλίμα, η θερμοκρασία, το έδαφος και το νερό για την επιλογή κατάλληλων τοποθεσιών αμπελώνα. Αν και η ανάπτυξη των σταφυλιών και η ζύμωση είναι μια φυσική διαδικασία, απαιτεί ανθρώπινη παρέμβαση και μηχανική

υποστήριξη σε διάφορα στάδια. Οινολόγοι και οινοποιοί επιβλέπουν τη διαδικασία, χρησιμοποιώντας διάφορες τεχνικές για να εξασφαλίσουν την ποιότητα. Η διαδικασία οινοποίησης περιλαμβάνει συνήθως πέντε κύρια στάδια: τρύγος, σύνθλιψη σταφυλιών με ειδικές πρέσες, ζύμωση σε ανοξείδωτες δεξαμενές, διαύγαση και τέλος, άμεση εμφιάλωση ή ωρίμανση και παλαίωση σε δρύινο βαρέλι.

Τα ελληνικά οινοποιεία, με τη βοήθεια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εξοπλήστηκαν με σύγχρονα μηχανήματα για την ενίσχυση της παραγωγικής ικανότητας και τη βελτίωση της ποιότητας του κρασιού. Ωστόσο, στοιχεία του Κρατικού Εθνικού Αγροτικού Συνεταιρισμού Αμπελουργικών Προϊόντων δείχνουν πτώση της οινοπαραγωγής τα τελευταία χρόνια (Keosoe.gr, 2018). Επιπλέον, η κατανάλωση εγχώριου κρασιού έχει μειωθεί πάνω από 25% μεταξύ 2010 και 2020 (Keosoe.gr, 2018). Αυτή η μείωση της κατανάλωσης, σε συνδυασμό με την έλλειψη τραπεζικής χρηματοδότησης, έχει οδηγήσει σε σημαντικά προβλήματα ρευστότητας για τους έλληνες παραγωγούς οίνου. Για την αντιμετώπιση αυτού του ζητήματος, ορισμένοι οινοποιοί έχουν συνάψει συμβάσεις με παραγωγούς σταφυλιών, αγοράζοντας σε σταθερές και προκαθορισμένες τιμές. Τα τραπεζικά ιδρύματα που εμπλέκονται στη διαδικασία παρέχουν στήριξη ρευστότητας στα εμπλεκόμενα μέρη (excelixi.org, enallaktikos.gr).

Δεδομένων αυτών των προκλήσεων, η ελληνική οινοποιία βρίσκεται σε μια θέση όπου η διεθνής επέκταση είναι πιο κρίσιμη από ποτέ. Αρκετές ελληνικές εταιρείες κρασιού έχουν αναγνωρίσει αυτή την ανάγκη και επενδύουν προς αυτή την κατεύθυνση. Επιπλέον, είναι απαραίτητο για τα ελληνικά κρασιά να διατηρήσουν την κυρίαρχη θέση τους στην εγχώρια αγορά, ξεπερνώντας τα εισαγόμενα κρασιά. Το 2017, οι συνολικές εισαγωγές κρασιού υπολογίστηκαν σε 192.600 HL, αντιπροσωπεύοντας μόνο το 8,7% της εγχώριας κατανάλωσης 2.206.000 HL (Ec.europa.eu, 2018· Keosoe.gr, 2018). Όταν λαμβάνεται υπόψη η κατανάλωση εγχώριου χύμα κρασιού, η οποία συχνά είναι ανεξέλεγκτη, το μερίδιο των εισαγωγών σε σύγκριση με την ετήσια κατανάλωση κρασιού στην Ελλάδα είναι ακόμη χαμηλότερο. Παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες οινοπαραγωγοί, υπάρχουν δυνατότητες ανάπτυξης και ανάπτυξης μέσω της διεθνούς επέκτασης και της διατήρησης ισχυρής παρουσίας στην εγχώρια αγορά. Αξιοποιώντας τις μοναδικές τους τεχνικές οινοποίησης και την

πλούσια αμπελουργική τους κληρονομιά, τα ελληνικά οινοποιεία μπορούν να ξεπεράσουν αυτά τα εμπόδια και να συνεχίσουν να παράγουν εξαιρετικά κρασιά τόσο για τοπικούς όσο και για παγκόσμιους καταναλωτές.

5.2.3 Επιπτώσεις της πανδημίας στην ελληνική βιομηχανία οίνου

Η βιομηχανία της αμπέλου και του οίνου στην Ελλάδα υπέστη σημαντικό πλήγμα από την πανδημία, πράγμα που φάνηκε και σχετικά με τους Κανονισμούς που υιοθέτησε η Ευρωπαϊκή Ένωση για το ζήτημα. Το γεγονός ότι για αρκετούς μήνες του χρόνου η εστίαση δε λειτούργησε ήταν ισχυρό πλήγμα, καθώς σήμαινε μείωση των πωλήσεων, αλλά και των εξαγωγών, καθώς η κρίση ήταν παγκόσμια. Αυτή η κρίση δεν είναι, βεβαίως, κάτι που παρήλθε, καθώς θα απαιτηθεί ένα χρονικό πλαίσιο για την επανάκαμψη του τομέα. Τα μέτρα που ελήφθησαν σε βραχυπρόθεσμο χρόνο, τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ, είχαν ως στόχο να αντιμετωπιστούν οι επιπτώσεις της κρίσης και να αποσυμφορηθεί το τονάζ των πλεονασμάτων οίνου, ώστε να αποφευχθεί εκ των υστέρων η υπερπροσφορά και τα ανάλογα προβλήματα στην αποθήκευση. Βασικά μέτρα σε αυτό το πακέτο ήταν τα εξής:

A. η πρόβλεψη ιδιωτικής αποθεματοποίησης: Σύμφωνα με το άρθρο 32 του 2018/273 κανονισμού της ΕΕ, οι οινοπαραγωγοί, εμφιαλωτές και μεταποιητές, αλλά και όλοι οι έμποροι που διέθεταν εμφιαλωμένο ή μη απόθεμα, υποχρεούνταν να υποβάλουν τα αποθέματα που διαθέτουν στις 31 Ιουλίου ετησίως, χωρίς να ενδιαφέρει το έτος της εσοδείας. Για να εκπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους αυτές τους τάσσεται προθεσμία 41 ημερών, δηλαδή από την 1/8 έως και τις 10/9, με κύρωση προστίμου εάν δεν διευθετούσαν έγκαιρα το ζήτημα (άρ. 10 της ΥΑ 2453/235850/20-09-2019 - βλ. ΦΕΚ 3673/Β'/20-9-2019). Παράλληλα, η Κ.Ε.Ο.Σ.Ο.Ε αιτήθηκε να υπάρξουν επιδοτήσεις για την ιδιωτική αποθεματοποίηση επιτραπεζίων οίνων και γλεύκους σταφυλιού.

B. Ο πράσινος τρύγος: Με το ΦΕΚ 2594/Β/26.06.2020, στην Ελλάδα εφαρμόστηκε για πρώτη φορά ο πράσινος τρύγος, που καλείται και πρώιμη συγκομιδή, εφαρμόστηκε στην χώρα. Πρόκειται για τη διαδικασία συνολικής καταστροφής ή απομάκρυνσης του σταφυλιού που δεν είναι ακόμη ώριμο, ώστε η συγκεκριμένη έκταση να μηδενιστεί σε απόδοση. Η συνεισφορά του μέτρου θα ήταν η στήριξη για τους αμπελοκαλλιεργητές,

ώστε να καταστούν οι εκτάσεις τους οικονομικά βιώσιμες. Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων επένδυσε για τον σκοπό αυτό συνολικά περί τις 500.000 ευρώ.

Γ. η απόσταξη κρίσης: Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της υγειονομικής κρίσης εκπόνησε ένα πρόγραμμα στήριξης, ώστε να πραγματοποιείται σε περίπτωση κρίσεων απόσταξη του οίνου προκειμένου να αντιμετωπίσει τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας έθεσε σε ισχύ το πρόγραμμα στήριξης για την απόσταξη οίνου σε περίπτωση κρίσης, στο οποίο κάθε οινοπαραγωγός που επιθυμούσε να διαθέσει ποσότητα οίνου που είχε παραγάγει ώστε να αποσταχθεί μπορούσε να υποβάλει αίτηση ώστε να συμμετέχει στο πρόγραμμα. Για τον σκοπό αυτό είχε ανοίξει και ψηφιακή πλατφόρμα ώστε να μπορεί να δηλωθεί το συνολικό απόθεμα, ενώ το 2021 έλαβαν οικονομική ενίσχυση από αυτό 83 δικαιούχοι.

5.3 Μεσάζοντες

Οι μεσάζοντες είναι μια ομάδα / έμποροι οι οποίοι λειτουργούν μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον προκειμένου να πωλήσουν τα προϊόντα από τον κατασκευαστή στον τελικό αγοραστή. Οι εφοδιαστικές αλυσίδες συμπεριλαμβάνουν μεσάζοντες που μπορεί να είναι εταιρείες μετασκευής, εταιρείες διανομής, χονδρέμποροι, πράκτορες και χρηματομεσίτες. Το πλήθος των μεσαζόντων σε αυτή την διαδικασία καθορίζεται από την ίδια την αγορά και το ποσό που είναι διατεθειμένος να πληρώσει ο τελικός πελάτης. Οι διαφοροποιήσεις των προϊόντων, οι διαφορές στα χαρακτηριστικά των πελατών και των παραγωγών των προϊόντων διαμορφώνουν το περιβάλλον άνθησης των μεσαζόντων στην αλυσίδα διανομής των προϊόντων ανάμεσα από την παραγωγή και τον τελικό προορισμό, τους πελάτες (Rust and Hall, 2003).

Αρκετοί πίστευαν ότι οι τεχνολογικές εξελίξεις θα επέφεραν μείωση στον αριθμό των μεσαζόντων που απαιτούνταν στην εφοδιαστική αλυσίδα, η παρουσία τους όμως δεν έχει μειωθεί παρά το γεγονός ότι το διαδίκτυο έφερε τον κατασκευαστή σε απευθείας σύνδεση με τον πελάτη. Αντιθέτως στις περισσότερες περιπτώσεις παρατηρήθηκε αύξηση του αριθμού των μεσαζόντων (Anderson and Anderson, 2002). Η προσαρμογή του κέρδους τόσο των εταιριών παραγωγής όσο και των μεσαζόντων, κράτησαν την ύπαρξη των μεσαζόντων ακέραια, καθώς οι μεσάζοντες παρέχουν ένα είδους σιγουριά

στην εταιρεία με τις μεγάλες παραγγελίες που της θέτει και λόγω της εξειδικευμένης γνώσης της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Οι μεσάζοντες προκειμένου να προσθέσουν αξία στα προϊόντα που διαπραγματεύονται προσπαθούν να τα διαφοροποιήσουν και να τα κάνουν πιο θελκτικά στο αγοραστικό κοινό, όπως κάνουν και οι ίδιες εταιρείες παραγωγής τους (Spulber, 1996). Αυτό είναι λογικό καθώς έτσι αποτρέπεται η απευθείας πώλησή τους στους πελάτες και καθιστά αναγκαία την παρουσία τους. Επιπρόσθετα η ανάγκη ύπαρξης των προμηθευτών έγκειται στην προώθηση των προϊόντων σε συγκεκριμένες αγορές. Έτσι ένα εισαγόμενο προϊόν προκειμένου να διεισδύσει σε μια καινούργια αγορά οφείλει να φτιάξει από την αρχή το δίκτυο διανομής και να δαπανήσει σημαντικά κεφάλαια ώστε να γίνει ανταγωνιστικό με τα υπόλοιπα παρόμοια προϊόντα. Η ύπαρξη των μεσαζόντων βοηθάει στην άμεση εισαγωγή του νέου προϊόντος στην αγορά καθώς θα διανεμηθεί από τα ήδη υπάρχοντα δίκτυα διανομής του μεσάζοντα. Οικονομοτεχνικά για τις εταιρείες παραγωγής των προϊόντων αυτό είναι προς το συμφέρον τους αλλά τελικά το επιπλέον κόστος μετακυλιέται στον καταναλωτή. Συμπερασματικά οι μεσάζοντες παρέχουν την γρήγορη προσαρμογή ώστε τα προϊόντα να ικανοποιήσουν τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των πελατών ενώ παράλληλα παρέχουν μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις προς τις επιχειρήσεις παραγωγής των προϊόντων (Belavina and Gororta, 2012).

Στις περισσότερες κατηγορίες προϊόντων, όπως για παράδειγμα τα γεωργικά προϊόντα, οι αυξημένες τιμές των αγαθών προκαλούν την αύξηση του πληθωρισμού. Πιο συγκεκριμένα, όσο πιο βασικής ανάγκης θεωρείται το προϊόν τόσο πιο πολύ επηρεάζει τον πληθωρισμό. Με ένα απλό έλεγχο της εφοδιαστικής αλυσίδας προκύπτει ότι οι αυξημένες τιμές δεν ωφελούν τους παραγωγούς των προϊόντων αλλά τους μεσάζοντες, το οποίο φαίνεται και εξαιρετικά δύσκολο να αλλάξει στο προσεχές μέλλον. Εταιρείες που δεν έχουν συνάψει απευθείας συμφωνίες με τις εταιρείες της τελικής πώλησης των προϊόντων τους, αναγκάζονται να στηρίζονται στους προμηθευτές οι οποίοι στις περισσότερες περιπτώσεις έχουν δημιουργήσει καρτέλ με αποτέλεσμα να γίνεται υπέρμετρη αύξηση της τιμής των αγαθών και το κόστος να μετακυλιέται στον τελικό καταναλωτή. Τα γεωργικά προϊόντα αποτελούν κλασσικό παράδειγμα αυτής της συμπεριφοράς καθώς το κέρδος του παραγωγού αποτελεί ένα μικρό κομμάτι σε σχέση με την τελική τιμή του προϊόντος.

Παρ όλη την αύξηση της τιμής που προκαλεί η ύπαρξη του μεσάζοντα μπορεί σε περιπτώσεις όπου υπάρχει διαμάχη μεταξύ του παραγωγού και του πελάτη, ο ρόλος του να είναι αναγκαίος ώστε να εξομαλύνει την εφοδιαστική αλυσίδα. Ο συντονιστικός αυτός ρόλος μπορεί να υπάρχει είτε τυπικά με την μορφή συμβολαίου είτε ανεπίσημα με συμφωνίες άτυπες μεταξύ του παραγωγού και του μεσάζοντα. Ο ρόλος του μεσάζοντα στις αγορές είναι παρόμοιος με αυτόν που υπάρχει στις ομάδες όταν εμφανίζεται μια διαμάχη και η εταιρεία επεμβαίνει για την δημιουργική επίλυσή της. Οι μεσάζοντες είναι οντότητες με ορισμένα πλεονεκτήματα όπως η συχνή επικοινωνία τόσο με τους παραγωγούς όσο και με τους τελικούς πωλητές ή τους πελάτες, έχουν την καλύτερη πληροφόρηση στα θέματα της αγοράς, ο βαθμός εξειδίκευσης στο αντικείμενό τους είναι υψηλός, έχουν αυξημένη ικανότητα διαχείρισης των κινδύνων της αγοράς, έχουν την ικανότητα να βρίσκουν τρόπους να μειώνουν τα κόστη μεταφοράς και μπορούν να διαχειριστούν ένα ικανό αποθεματικό διαφόρων προϊόντων ανάλογα με την τρέχουσα ζήτηση των πελατών.

Όσο αφορά τον τομέα των αλκοολούχων ποτών η παρουσία των μεσαζόντων είναι έντονη. Η διακίνηση των περισσότερων αλκοολούχων ποτών γίνεται είτε από εθνικές εταιρείες διανομής είτε από πολυεθνικές εταιρείες που έχουν και το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Οι εταιρείες παραγωγής των αλκοολούχων ποτών για να μειώσουν το κόστος και να έχουν μια επιτυχημένη διείσδυση στις αγορές βασίζονται σε μεσάζοντες για την προώθηση του προϊόντος τους. Σε περίπτωση που επιχειρούσαν την απευθείας πώληση των ποτών στους πελάτες θα αντιμετώπιζαν προβλήματα διανομής ενώ ταυτόχρονα θα απαιτούνταν ένα σημαντικό κεφάλαιο και χρόνος για την προώθηση του ποτού στην κάθε αγορά.

Τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη, ο κύριος μεταπωλητής των αλκοολούχων ποτών, μεταξύ άλλων μικρότερων, αποτελεί η εταιρεία DIAGEO που δραστηριοποιείται σε 180 χώρες παγκοσμίως. Σύμφωνα με την ίδια την εταιρεία η ζήτηση των αλκοολούχων ποτών την πενταετία μετά το 2009 παρουσίασε μείωση της τάξης του 50%, όπως άλλωστε αποτυπώνεται και στο διάγραμμα 1 του πρώτου κεφαλαίου. Η εταιρεία που είναι ουσιαστικά μεσάζοντας στα αλκοολούχα ποτά όχι μόνο δεν επιβάρυνε τον πληθωρισμό αλλά για να ανταπεξέλθει στην μειωμένη ζήτηση προέβη σε προωθητικές ενέργειες και επικεντρώθηκε στην προσέγγιση των πελατών με την διάθεση διαφόρων παροχών (Euro2day.gr, 2017). Η μεγάλη αξία της εταιρείας

αυτής σε συνδυασμό με τις γνώσεις που είχε στις εφοδιαστικές αλυσίδες των χωρών που δραστηριοποιείται, επένδυσε στα προϊόντα που λειτουργεί ως μεσάζοντας ώστε να κρατήσει την ζήτησή τους στο υψηλότερο δυνατό επίπεδο. Σε περίπτωση μη ύπαρξης καθόλου των μεσαζόντων σε μια αντίστοιχη κρίση θα έπρεπε η κάθε εταιρεία ξεχωριστά να κάνει τις αντίστοιχες ενέργειες που τελικά θα της κόστιζαν πολύ περισσότερο από ότι της έχει κοστίσει η μακροχρόνια ανάθεση των προϊόντων της σε μεσάζοντα.

Για να μελετήσουμε την επίδραση των μεσαζόντων στον τομέα των αλκοολούχων ποτών στον πληθωρισμό σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο θα πρέπει αρχικά να συγκριθούν οι τιμές πώλησης των αγαθών αυτών μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών και να αναλυθεί η τιμή των προϊόντων.



ec.europa.eu/eurostat

Διάγραμμα 5.1: Τιμές αλκοολούχων ποτών στην Ευρωπαϊκή αγορά

Από το ανωτέρω διάγραμμα φαίνεται ότι οι τιμές στην αγορά των αλκοολούχων ποτών είναι αρκετά διαφοροποιημένες ανά περιοχή. Έτσι στην Ελλάδα παρόλο που το επίπεδο ζωής δεν είναι στα ίδια επίπεδα με άλλες χώρες όπως το Βέλγιο, η Γαλλία και η Ολλανδία, η τιμή του αντίστοιχου δείκτη πώλησης ποτών είναι αρκετά μεγαλύτερη και σε κατάταξη τέταρτη σε σχέση με όλη την Ευρώπη. Αυτό δεν οφείλεται τόσο στο

κόστος των εταιρειών παραγωγής ή των μεσαζόντων αλλά στην μεγάλη φορολόγηση των προϊόντων που περιέχουν αλκοόλ. Επομένως ο πληθωρισμός δεν εξαρτάται τόσο από το κόστος που προσθέτει η ύπαρξη των μεσαζόντων αλλά από την υπέρογκη φορολόγηση. Λόγω των μεγάλων διαφορών στην φορολόγηση όμως προκύπτουν επιπλέον θέματα παράνομης εισαγωγής αλκοολούχων ποτών από κοντινές χώρες που επιδρούν αρνητικά στην ελληνική οικονομία και στον πληθωρισμό της χώρας κατ' επέκταση. Έτσι στην Ελλάδα συγκεκριμένα παρατηρείται έντονα το φαινόμενο της λαθραίας εισαγωγής αλκοολούχων ποτών από γειτονικές χώρες και ιδιαίτερα από την Βουλγαρία όπου η φορολογία είναι σχεδόν πεντακόσιες φορές μικρότερη σε σχέση με αυτήν της Ελλάδας. Το εύρος αυτής της παράνομης δραστηριότητας καλύπτει το 25% περίπου των συνολικών αναγκών σε ποτά της χώρας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να χάνει σημαντικά έσοδα το κράτος που σε περίπτωση που τα είχε, θα μπορούσε να μειώσει την φορολογία σε άλλα προϊόντα και να περιορίσει τον πληθωρισμό της χώρας. Αντίστοιχες πρακτικές παρατηρούνται και στην υπόλοιπη ευρωπαϊκή ένωση παρά τις προσπάθειες πάταξης του φαινομένου αυτού. Η παράνομη αυτή δραστηριότητα δημιουργεί νέους μεσάζοντες που δεν είναι φανεροί για προφανείς λόγους, οι οποίοι δρουν ανεξέλεγκτα. Οι τιμές των προϊόντων που παρέχουν μεταβάλλονται στην υψηλότερη δυνατή τιμή ώστε να παραμένουν ελκυστικά για τους υποψήφιους αγοραστές, παρέχοντάς τους μεγάλο αφορολόγητο υπερκέρδος που βλάπτει τόσο την οικονομία όσο και τον πληθωρισμό.

	Excise duty per litre of pure alcohol		Excise duty per 700ml containing 40% alcohol	
	EUR	USD	EUR	USD
Austria (AT)	€ 12.00	\$13.68	€ 3.36	\$3.83
Belgium (BE)	€ 29.93	\$34.13	€ 8.38	\$9.56
Bulgaria (BG)	€ 5.62	\$6.41	€ 1.57	\$1.80
Croatia (HR)	€ 7.93	\$9.05	€ 2.22	\$2.53
Cyprus (CY)	€ 9.57	\$10.91	€ 2.68	\$3.05
Czech Republic (CZ)	€ 11.98	\$13.66	€ 3.35	\$3.83
Denmark (DK)	€ 20.16	\$22.98	€ 5.64	\$6.44
Estonia (EE)	€ 18.81	\$21.45	€ 5.27	\$6.01
Finland (FI)	€ 50.35	\$57.41	€ 14.10	\$16.08
France (FR)	€ 18.03	\$20.55	€ 5.05	\$5.76
Germany (DE)	€ 13.03	\$14.86	€ 3.65	\$4.16
Greece (GR)	€ 24.50	\$27.94	€ 6.86	\$7.82
Hungary (HU)	€ 9.26	\$10.56	€ 2.59	\$2.96
Ireland (IE)	€ 42.57	\$48.54	€ 11.92	\$13.59
Italy (IT)	€ 10.36	\$11.81	€ 2.90	\$3.31
Latvia (LV)	€ 17.24	\$19.66	€ 4.83	\$5.50
Lithuania (LT)	€ 20.25	\$23.09	€ 5.67	\$6.47
Luxembourg (LU)	€ 10.41	\$11.87	€ 2.92	\$3.32
Malta (MT)	€ 13.60	\$15.51	€ 3.81	\$4.34
Netherlands (NL)	€ 16.86	\$19.22	€ 4.72	\$5.38
Poland (PL)	€ 13.96	\$15.92	€ 3.91	\$4.46
Portugal (PT)	€ 13.87	\$15.81	€ 3.88	\$4.43
Romania (RO)	€ 7.48	\$8.53	€ 2.10	\$2.39
Slovakia (SK)	€ 10.80	\$12.31	€ 3.02	\$3.45
Slovenia (SI)	€ 13.20	\$15.05	€ 3.70	\$4.21
Spain (ES)	€ 9.59	\$10.93	€ 2.69	\$3.06
Sweden (SE)	€ 49.27	\$56.18	€ 13.80	\$15.73
United Kingdom (GB)	€ 32.33	\$36.86	€ 9.05	\$10.32
Average	€ 18.32	\$20.89	€ 5.13	\$5.85

Source: European Commission, "Taxes in Europe Database," https://ec.europa.eu/taxation_customs/tdb/spi/SearchForm.html

Πίνακας 5.2: Έμμεσοι φόροι σε αλκοολούχα ποτά στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται η υψηλή θέση της χώρας σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης στον τομέα της έμμεσης φορολόγησης των αλκοολούχων ποτών. Συγκεκριμένα σε σχέση με την Πορτογαλία που θεωρείται χώρα με παρόμοια οικονομία οι έμμεσοι φόροι της Ελλάδας είναι διπλάσιοι. Ο δείκτης πώλησης των προϊόντων αυτών όμως δεν είναι διπλάσιος για την Ελλάδα που σημαίνει ότι το κέρδος των εταιρειών παραγωγής και των μεσαζόντων είναι πιο περιορισμένο. Επίσης η σύγκριση με την γειτονική Βουλγαρία καταδεικνύει την μεγάλη διαφορά στην φορολόγηση που έχει ως αποτέλεσμα την δημιουργία του παρεμπορίου που αναλύθηκε ανωτέρω.

Η επίδραση λοιπόν των μεσαζόντων θεωρητικά στον πληθωρισμό είναι μεγάλη όταν πραγματευόμαστε προϊόντα πρώτης ανάγκης όπως τα είδη τροφής και η ενέργεια. Τα προϊόντα που είναι δευτερεύουσας σημασίας όπως τα αλκοολούχα ποτά επιδρούν λιγότερο στον πληθωρισμό μιας χώρας. Όσο αφορά την Ελλάδα η επίδραση των μεσαζόντων του τομέα των ποτών στον πληθωρισμό της χώρας εκτιμάται ότι είναι μικρός για τους ακόλουθους λόγους. Η ζήτηση είναι μικρή σε αυτό το είδος σε σχέση με τα άλλα είδη και αυτό αποτυπώνεται στο μικρό ποσοστό του 0,5% επί του πληθωρισμού. Επιπρόσθετα στην τιμή των αλκοολούχων ποτών το μεγαλύτερο μέρος τους είναι έμμεσοι φόροι του κράτους αφήνοντας μικρά περιθώρια κέρδους τόσο στις εταιρείες παραγωγής όσο και στους μεσάζοντες.

Σε περίπτωση που οι μεσάζοντες αυξήσουν τις τιμές των προϊόντων αυτών θα αυξηθούν παράλληλα και οι έμμεσοι φόροι που τους συνοδεύουν με αποτέλεσμα τα προϊόντα να είναι πολύ ακριβά για το αγοραστικό κοινό και να πέσει κατακόρυφα η ζήτηση. Γι' αυτό το λόγο και οι μεσάζοντες στον ελληνικό χώρο κρατούν το κέρδος σε συγκεκριμένα επίπεδα καθώς ένα σενάριο υπερτιμολόγησης θα έβλαπτε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα. Στην περίπτωση συνολικά της Ευρώπης η κατάσταση είναι λίγο διαφορετική. Η πώληση των ποτών αντιπροσωπεύει το 2,7% του συνολικού πληθωρισμού της Ευρωζώνης, δείχνοντας ότι αποτελεί πιο βασικό είδος από ότι είναι στην Ελλάδα. Επίσης η μικρότερη φορολόγηση με τις υψηλές τιμές δίνει μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους στις επιχειρήσεις παραγωγής των ποτών και στους μεσάζοντες, αναβαθμίζοντας τον ρόλο τους στην επιδραστικότητά επί του πληθωρισμού.

Βέβαια η κάθε χώρα ξεχωριστά έχει διαφορετικούς δείκτες τιμών και διαφορετική επίδραση των μεσαζόντων στον πληθωρισμό της. Η Βουλγαρία που έχει την χαμηλότερη φορολόγηση στην Ευρώπη (5,62) και δείκτη πώλησης εξίσου χαμηλό (80), προσφέρει γόνιμο έδαφος για υπερκέρδη στους μεσάζοντες αν θεωρήσουμε ότι τα κέρδη του εργοστασίου παραγωγής είναι σταθερά. Έτσι όταν η Ελλάδα έχει φορολογία 24,5 και δείκτη πώλησης στο 140 περίπου, για να είχε και η Βουλγαρία παρόμοια ποσοστά κερδών με την Ελλάδα θα έπρεπε να έχει δείκτη πώλησης περίπου στο 28! Η

διαφορά των δυο δεικτών πώλησης καταδεικνύει το μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους που έχουν οι μεταπωλητές στην γειτονική χώρα. Επειδή όμως η ζήτηση στη Βουλγαρία δεν είναι τόσο υψηλή σε συνδυασμό με τις υπέρογκες τιμές τις Ελλάδας, δημιουργείται γόνιμο έδαφος για την παράνομη εισαγωγή οινοπνευματωδών ποτών στην Ελλάδα. Συγκρίνοντας αντίστοιχα την Φιλανδία που έχει δείκτη πώλησης το 193 με φορολογία διπλάσια από αυτή της Ελλάδας συμπεραίνουμε ότι εκεί οι μεταπωλητές, με δεδομένο το σταθερό κέρδος των εργοστασίων παραγωγής των ποτών, έχουν ακόμα μικρότερο περιθώριο κέρδους άρα και επίδραση στον πληθωρισμό. Εφόσον τα περιθώρια αυτά ήταν τα ίδια με αυτά της Ελλάδας θα έπρεπε ο δείκτης πώλησης των ποτών στην Φιλανδία να είναι της τάξης του 280 και όχι στο 193. Επομένως συμπερασματικά στην Ευρώπη η επιρροή των μεσαζόντων του τομέα των αλκοολούχων ποτών στον πληθωρισμό διαφέρει από χώρα σε χώρα και εξαρτάται περισσότερο από την φορολογία της χώρας που δίνει τα περιθώρια στους προμηθευτές και στους μεσάζοντες να διαμορφώσουν τις τελικές τιμές λιανικής για τους καταναλωτές.

Έχοντας πλέον αναλύσει όλα τα ζητήματα που αφορούν την αγορά των αλκοολούχων ποτών, ιδίως σε ό,τι έχει να κάνει με τον πληθωρισμό, αλλά και τη δράση καρτέλ και μεσαζόντων, το ουσιαστικό μέρος αυτής της μελέτης έχει ολοκληρωθεί. Στο επόμενο και τελευταίο κεφάλαιο, πραγματοποιείται μια σύντομη σύνοψη των βασικών στοιχείων της εργασίας, αλλά και μια εξαγωγή συμπερασμάτων, παράλληλα με προτάσεις για ερευνητικά θέματα στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Συζήτηση και συμπεράσματα

6.1 Συζήτηση και Συμπεράσματα

Η αγορά των ποτών επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τις αλλαγές του πληθωρισμού. Τα τελευταία χρόνια, ο πληθωρισμός σε Ελλάδα και Ευρωζώνη έχει παρουσιάσει μεγάλη αύξηση σε πολλούς τομείς, τόσο σε ό,τι αφορά την ενέργεια, όσο και τα είδη τροφίμων και ποτών. Η πανδημία του κορωνοϊού επηρέασε σε μεγάλο βαθμό τον πληθωρισμό, αναφορικά με διάφορες αγορές, όπως φάνηκε από τις συγκρίσεις των τεσσάρων εξαμήνων της περιόδου 2020 – 2021. Το γεγονός ότι ο πόλεμος στην Ουκρανία δείχνει να αυξάνει ακόμη περισσότερο τον πληθωρισμό είναι ανησυχητικό τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τις επιχειρήσεις σε Ελλάδα και Ευρωζώνη. Πριν την αναφορά στον πληθωρισμό συγκεκριμένα, το δεύτερο κεφάλαιο της μελέτης ήταν αφιερωμένο στην οικονομία συνολικά, εξηγώντας βασικούς ορισμούς, όπως το τι ακριβώς είναι οικονομία, ποια οικονομικά προβλήματα αντιμετωπίζει ο σύγχρονος κόσμος, ποια οικονομικά συστήματα υπάρχουν, αλλά και μια σύντομη ιστορική αναδρομή για την οικονομική σκέψη, ήδη από τους αρχαίους πολιτισμούς της Μέσης Ανατολής, που πρώτοι ανέπτυξαν οικονομικούς κανόνες. Ο πληθωρισμός, βέβαια, δεν αποτελεί κάτι καινούργιο που έφερε η πανδημία. Όπως φαίνεται στο κεφάλαιο 4 αυτής της μελέτης, αλλαγές στα επίπεδα του πληθωρισμού ή ακόμη και του αποπληθωρισμού εμφανίστηκαν σε πολλά στάδια της ανθρώπινης ιστορίας, όσο υπάρχει εκρηματισμένη οικονομία. Ένα υγιές επίπεδο πληθωρισμού, της τάξεως του 1,5 ή 2% είναι επιθυμητό από οικονομίες όπως η Ευρωζώνη, σύμφωνα και με τα στοιχεία που δίνονται για το κοινό από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Τα σύγχρονα γεγονότα της πανδημίας και του πολέμου, εντούτοις, δημιουργούν αύξηση του πληθωρισμού, που έχει δημιουργήσει ανησυχίες για τη συνέχεια σε ορισμένες αγορές, ιδίως στο πεδίο της ενέργειας, όπου οι δείκτες φαίνονται να εκτινάσσονται ανεξέλεγκτα, δημιουργώντας μεγάλα προβλήματα για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις.



Διάγραμμα 6.1: Πληθωρισμός για το αλκοόλ σε Ελλάδα και Ευρωζώνη, περίοδος 2008 - 2021

Όπως εξετάσαμε και στο κεφάλαιο 4.3, με βάση τις μετρήσεις και τα δεδομένα που έχουν συγκεντρωθεί σε Ελλάδα και Ευρωζώνη για τα έτη 2008 - 2021 (το σχετικό διάγραμμα παρατίθεται και ανωτέρω), η Ελλάδα μετά την οικονομική κρίση του 2008 παρουσίασε μεγάλη αύξηση του πληθωρισμού στα ποτά, σε αντίθεση με την Ευρωζώνη. Η μόνη περίοδος σχετικά μεγάλης σύγκλισης ήταν τα έτη 2013 – 2016, με τον πληθωρισμό και στις δύο περιπτώσεις κοντά στο ευρωπαϊκό επιθυμητό του 2-3%. Στα τελευταία τρία έτη, φαίνεται ότι στην Ελλάδα η κατηγορία αυτή σχεδόν δεν έχει πληθωρισμό, ενώ η Ευρωζώνη βρίσκεται στα συνήθη επίπεδα. Ιδιαίτερα για τη βιομηχανία των αλκοολούχων ποτών, εξετάστηκε και η λειτουργία των καρτέλ και μεσαζόντων. Συνεπώς, είναι ασφαλές κανείς να αναφέρει ότι η αγορά των ποτών στην Ελλάδα αναφορικά με τους δύο αυτούς παράγοντες: α) επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από τα καρτέλ, κυρίως άτυπα, τα οποία κυρίως έχουν ως στόχο να κρατήσουν στην αγορά τους μεγαλύτερους παίκτες (σούπερ μάρκετ) έναντι των μικρότερων επιχειρήσεων (π.χ. κάβες), και β) έχει έντονη την παρουσία των μεσαζόντων, καθώς οι παραγωγοί δυσκολεύονται να προωθήσουν μόνοι τα προϊόντα τους και βρίσκουν πιθανότερο να πέσουν θύματα εκμετάλλευσης αν δεν έχουν την προστασία ενός μεσαζόντα που μπορεί να διαπραγματευτεί για αυτούς. Ενδιαφέρον θα έχει να υπάρξει και περαιτέρω έρευνα για την αγορά των ποτών, η οποία δεν έχει μεν υποστεί τόσο

μεγάλα πλήγματα όσο άλλες αγορές, αλλά έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την πανδημία.

Η παρούσα κατάσταση στον παγκόσμιο χάρτη έχει επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την ελληνική οινοποιία, η οποία βρισκόταν ήδη σε πτώση κατά τη δεκαετία 2010 – 2020. Οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες οινοπαραγωγοί τα τελευταία χρόνια έχουν φτάσει σε κρίσιμο σημείο για την οινοποιητική βιομηχανία της χώρας. Ο κλάδος υπέστη σημαντικό πλήγμα από την παγκόσμια πανδημία, η οποία είχε επιπτώσεις και σε σχέση με τους Κανονισμούς που ενέκρινε η Ευρωπαϊκή Ένωση. Με τις μειωμένες πωλήσεις και εξαγωγές κατά τους μήνες που επηρεάστηκαν σοβαρά οι δραστηριότητες, η διαδικασία ανάκαμψης αναμένεται να απαιτήσει σημαντικό χρονικό διάστημα. Για την αντιμετώπιση της κρίσης και την αποφυγή προβλημάτων υπερπροσφοράς και αποθήκευσης, εφαρμόστηκαν αρκετά βραχυπρόθεσμα μέτρα τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ.

Για την περαιτέρω ενίσχυση της ελληνικής οινοποιίας, είναι κρίσιμο να εστιάσουμε σε διάφορες πτυχές. Πρώτον, η διαφοροποίηση των εξαγωγικών αγορών πέρα από τις παραδοσιακές θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα. Οι Έλληνες οινοπαραγωγοί μπορούν να εξερευνήσουν τις αναδυόμενες αγορές και να δημιουργήσουν στρατηγικές συνεργασίες με εισαγωγείς και διανομείς σε όλο τον κόσμο. Επιπλέον, η έμφαση στην ποιότητα και τη ιδιαιτερότητα των ελληνικών κρασιών θα είναι απαραίτητη. Οι επενδύσεις στη διαχείριση αμπελώνων, στις τεχνικές οινοποίησης και στην προώθηση των γηγενών ποικιλιών σταφυλιών μπορούν να βοηθήσουν στη διαφοροποίηση των ελληνικών κρασιών στην παγκόσμια αγορά.

Η ανάπτυξη πρωτοβουλιών οινοτουρισμού είναι μια άλλη οδός που πρέπει να εξεταστεί. Με την προσέλκυση επισκεπτών στα ελληνικά οινοποιεία και την προσφορά συναρπαστικών εμπειριών, οι άμεσες πωλήσεις μπορούν να προωθηθούν, ενώ παράλληλα να καλλιεργηθεί μια ισχυρότερη σύνδεση μεταξύ των καταναλωτών και της ελληνικής οινικής κουλτούρας. Η συνεργασία μεταξύ οινοποιών, βιομηχανικών ενώσεων, ερευνητικών ιδρυμάτων και κυβερνητικών φορέων είναι επίσης ζωτικής σημασίας. Μια τέτοια συνεργασία μπορεί να διευκολύνει την ανταλλαγή γνώσεων, την καινοτομία και την υιοθέτηση βέλτιστων πρακτικών στην αμπελοκαλλιέργεια και την οινοποίηση. Επιπλέον, η ενσωμάτωση βιώσιμων πρακτικών στον κλάδο είναι ζωτικής σημασίας. Εφαρμόζοντας μεθόδους αειφόρου γεωργίας και οινοποίησης, οι Έλληνες

οινοπαραγωγοί μπορούν να διατηρήσουν το φυσικό περιβάλλον και να καλύψουν την αυξανόμενη ζήτηση για φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα. Η ανάδειξη βιολογικών και βιοδυναμικών μεθόδων παραγωγής μπορεί να ενισχύσει περαιτέρω την ελκυστικότητα των ελληνικών κρασιών.

Συμπερασματικά, παρά τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι Έλληνες οινοπαραγωγοί τα τελευταία χρόνια, αυτή είναι μια κρίσιμη στιγμή για τον κλάδο. Αντιμετωπίζοντας τις άμεσες προκλήσεις που προκαλούνται από την πανδημία και τους κανονισμούς της ΕΕ και εστιάζοντας σε στρατηγικά μέτρα για την ενίσχυση των εξαγωγικών αγορών, την έμφαση στην ποιότητα και τη ιδιαιτερότητα, την ανάπτυξη του οινοτουρισμού, την προώθηση της συνεργασίας και την προώθηση βιώσιμων πρακτικών, η ελληνική οινοποιία μπορεί να ξεπεράσει τα εμπόδια και να ευδοκιμήσει στην παγκόσμια αγορά.

6.2 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η έρευνα για τις επιπτώσεις της πανδημίας, αλλά και του πολέμου, σε μια πληθώρα αγορών και οικονομικών παραγόντων, είναι βέβαιο ότι θα συνεχιστεί για πολλά ακόμη χρόνια, καθώς το τέλος αυτής της κρίσης δε φαίνεται ακόμη στον ορίζοντα, αλλά θα προσφέρει και σημαντικά μαθήματα για την οικονομική διαχείριση στη συνέχεια. Η έρευνα στο μέλλον θα μπορούσε να ασχοληθεί με ποικίλα παρεμφερή θέματα. Όπως συνηθίζεται, διατυπώνονται εδώ δύο ενδεικτικά θέματα για μελλοντική έρευνα:

A) Αξιολόγηση της αγοράς ενέργειας υπό το πρίσμα της πανδημίας και του πολέμου στην Ουκρανία: Προκλήσεις στον οικονομικό και περιβαλλοντικό τομέα, επίδραση στους στόχους της Συμφωνίας του Παρισιού για το κλίμα, συνέπειες για τον μέσο καταναλωτή και ενδεδειγμένοι τρόποι αντιμετώπισης.

B) Οικονομικοτεχνική μελέτη για την αγορά αλκοολούχων ποτών: Μελέτη ίδρυσης μιας εικονικής εταιρείας αλκοολούχων ποτών, υπό το πρίσμα των προκλήσεων που δημιουργούνται από την πανδημία και τον πόλεμο, αλλά και με αξιοποίηση των σύγχρονων οικονομικών και διαχειριστικών δυνατοτήτων.

Βιβλιογραφία

- Mankiw G., Taylor M.. (2011). «Αρχές Οικονομικής Θεωρίας». Εκδόσεις: Gutenberg Γιώργος & Κώστας Δαρδανός.
- Begg D., Fischer S., Dornbusch R.. (2006). «Εισαγωγή στην Οικονομική». Εκδόσεις: Κριτική.
- Δημέλη Σ.. (2010). «Μακροοικονομικά Μεγέθη και ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας». Εκδόσεις: Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών. Εταιρεία Ο.Π.Α. Α.Ε.
- Γκιόκας Π.. (2016). «Οικονομικά για μη ειδικούς». Εκδόσεις: Κριτική.
- Sloman J., Wride A., Garratt D.. (2017). «Εισαγωγή στην Οικονομική: Μικροοικονομική», Εκδόσεις: Broken Hill Publishers Ltd.
- Αγιομυργιανάκης Γ.Μ., Βλάσσης Μ., Thompson H.. (2006). Διεθνές οικονομικές σχέσεις: Διεθνείς Εμπόριο. Αθήνα. Εκδόσεις: Rosili σελ. 42 – 46 και 84 – 87.
- Acemoglu D., Laibson D., List A. J.. (2015). “Macroeconomics”. Εκδόσεις: Κριτική.
- Baldwin, R. & Weder di Mauro, B. (2020). Economics in the Time of COVID-19. VoxEU.org eBook, London: CEPR Press.
- Broadberry, S., & Mark Harrison, eds. (2005). The Economics of World War I. Cambridge: Cambridge University Press.
- Christodoulakis N., (2009). Ten Years of EMU: convergence, divergence and new policy priorities. LSE, The Hellenic Observatory, GreeSE Paper No 22. Πηγή: <http://eprints.lse.ac.uk/>.
- Eggertsson, G. (2008). Great Expectations and the End of the Depression, American Economic Review 2008, 98:4, 1476–1516.
- Federal Reserve Bank of St. Louis (2010). U.S. Historical Experience with Deflation. Πηγή: <https://files.stlouisfed.org/files/htdocs/publications/es/10/ES1030.pdf>.
- Friedman, M. & Jacobson - Schwarz, A. (1980). From New Deal Banking Reform to World War II Inflation. Princeton University Press.
- IMF (2022). World Economic Outlook April 2022. Πηγή: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022>.

- Lopez, J. & Mitchener, K. (2018). Uncertainty and Hyperinflation: European Inflation Dynamics after World War I. Federal Reserve Bank of San Francisco Working Paper 2018-06. Πηγή: <https://doi.org/10.24148/wp2018-06>.
- Kagan, P. (1956). The Monetary Dynamics of Hyperinflation, in: Friedman, Milton (Hrsg.): Studies in the Quantity Theory of Money. Chicago.
- März, E. (1981). Österreichische Bankpolitik in der Zeit der großen Wende 1913–1923. Wien.
- Πλυμάκης, Α. (2020). Τα χαρτονομίσματα της κατοχής. Χανιώτικα Νέα, 4 Ιουνίου 2020, πηγή: <https://www.haniotika-nea.gr/ta-chartonomismata-tis-katochis/>.
- Temin, P. (1992). Lessons from the Great Depression. MIT Press.
- Τράπεζα της Ελλάδος (2011). Νομισματική Πολιτική 2009-2010. Πηγή: <http://www.bankofgreece.gr/>.
- UN (2022). Global Crisis Response Group on Food, Energy and Finance. Πηγή: <https://news.un.org/pages/global-crisis-response-group/>.
- Ζάρδας, Α. (2015). Η Ελληνική Οικονομική Κρίση και τα Μνημόνια. Διπλωματική Διατριβή. Βόλος, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας.
- Anderson, P. and Anderson, E. (2002) The New E-Commerce Intermediaries. MIT Sloan. Management Review, Vol. 43, pp. 53-62
- Bank, E.C. (2022). What Is inflation? [online] European Central Bank. Available at: <https://www.ecb.europa.eu/ecb/educational/hicp/html/index.en.html>.
- Belavina, E. and Giratra, K. (2012) The Relational Advantages of Intermediation. Management Science, Vol. 58, pp. 1614–1631.
- Carlton, D, W. and Perloff, J, M. (2005) Modern Industrial Organization, 4th edn Pearson Addison Wesley, Chap. 5
- Euro2day.gr (2017) Diageo: Αντέχει το αλκοόλ στην κρίση [online]. Πηγή: <https://www.euro2day.gr/news/enterprises/article/1536325/diageo-antehei-to-alkool-sthn-krish.html>.
- Rust, J. and Hall, G. (2003) Middlemen versus Market Makers: A Theory of Competitive Exchange. Journal of Political Economy, 111, 353-403.
- Simon, E., Levenstein, M.C. and Suslow, W.Y. (2001) International Cartel Enforcement: Lessons from the 1990s. World Economy 24, pg 1221-1246

- Spulber, D. (1996) Market Making by Price-Setting Firms. Review of Economics Studies, 63, pg 559-580.
- Thompson, A., Strickland, A.J. and Gamble, J.E., (2017) “Crafting and Executing Strategy -The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases (21th edition)” NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Κορακίδης, Ο (2022) Έρευνα αγοράς: Πως τα καρτέλ οδηγούν στα ύψη τις τιμές των ποτών
<https://www.notia.gr/2022/04/%CE%AD%CF%81%CE%B5%CF%85%CE%BD%CE%B1-%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82-%CF%80%CF%89%CF%82-%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B1%CF%81%CF%84%CE%AD%CE%BB-%CE%BF%CE%B4%CE%B7%CE%B3%CE%BF%CF%8D%CE%BD-%CF%83%CF%84/>
- Amamiya, M. (2022). The COVID-19 Crisis and Inflation Dynamics. Opening Remarks at the Workshop on "Issues Surrounding Price Developments during the COVID-19 Pandemic". March 2022, Bank of Japan.
- Bruneau, C. & Bandt, O. & Flageollet, A. (2003). Forecasting Inflation in the Euro Area. SSRN Electronic Journal. 10.2139/ssrn.1728697.
- Ελληνική Στατιστική Αρχή (2022). Δελτίο Τύπου 13^{ης} Ιανουαρίου 2022. Διαθέσιμο στο: <https://www.statistics.gr/documents/20181/220e0ea9-171c-f06c-f0b9-2e9265d2c452>.
- Ioannidis, M., Murphy, S. & Zilioli, C. (2021). *The mandate of the ECB: Legal considerations in the ECB's monetary policy strategy review*. No 276 / September 2021.
- Lane, W. & Schmidt, M. (2006). Comparing US and European inflation: the CPI and the HICP. *Monthly labor review / U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics*. 129. 20-27.
- Woodford, M. (2008). How Important Is Money in the Conduct of Monetary Policy? In: *Journal of Money, Credit and Banking*. Band 40, Nr. 8, 1561–1598.
- Blaug, M. (1985). *Economic Theory in Retrospect (4th ed.)*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCann, C. R. (2003). *The Elgar Dictionary of Economic Quotations*. Edward Elgar.

- Samuelson, P. A. & Nordhaus, W. D. (2014). *Economics*. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Investopedia (2021). *Can Deflation Ever Be Good?* Available at: <https://www.investopedia.com/articles/markets/111715/can-deflation-be-good.asp>.
- Smith, C. D. (2006). *Palestine and the Arab–Israeli Conflict*. New York: Bedford.
- Licklider, R. (1988). "The Power of Oil: The Arab Oil Weapon and the Netherlands, the United Kingdom, Canada, Japan, and the United States". *International Studies Quarterly*. 32 (2): 205–226.
- Stern, R. J. (2016) "Oil Scarcity Ideology in US Foreign Policy, 1908–97." *Security Studies* 25.2 (2016): 214–257.
- Daly, K. & Chankova, R. (2021), "Inflation in the aftermath of wars and pandemics", Goldman Sachs Global Economics Analyst, 25 March.
- Buiters, W. (2003). *Should We Worry about Deflation? Prevention and Cure*. 2003 McKenna Lecture on International Trade and Economics; Perspective on the Economy.
- IWSR (2022). *Key Trends Driving the Global Beverage Alcohol Industry in 2022*. Available at: <https://www.theiwsr.com/key-trends-driving-the-global-beverage-alcohol-industry-in-2022/>.
- IOBE (2011). *The Spirits Sector in Greece: Problems and Prospects*. Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/en/res_05_b_23122011rep_eng.pdf.
- Excelixi.org. (2019). *Συμβολαιακή γεωργία: ατενίζοντας το μέλλον*. Available at: http://www.excelixi.org/knowledgebase/agro/symvolaiaki_georgia_atenizontas_to_mellon
- • ICAP (2010). *Κλαδική Μελέτη: Οινοποιία*. Available at: http://www.messinianchamber.gr/mesiniaimages/OINOPOIIA2010_F520.pdf.
- • Stochasis Company Consultants (2017)- *Sector Analysis: Winery*. Available at: http://www.stochasis.com/stochasis/uploads/pdfs/el/PERIEXOMENA_MELETWN/wineryc.pdf

- Κ.Ε.Ο..Σ.Ε.: Available at:
<https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/paragogi.html>
<https://www.keosoe.gr/statistikaelladas/katanalosi.html>
- Keosoe - Central Cooperative Union of Wine Products (2018b) (Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων – ΚΕΟΣΟΕ). *Vertical (statistical) decline in wine consumption in Greece- Κάθετη πτώση της κατανάλωσης οίνου στην Ελλάδα*, Available at:
<http://www.keosoe.gr/news/2813-k.html>.