

ΕΝΩΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ



ΕΡΕΥΝΑ

Η συμπεριφορά του **ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ**
την περίοδο της **ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ** στην
Ελλάδα **2021-2022**

ΑΘΗΝΑ 2023

ΕΡΕΥΝΑ

Η συμπεριφορά του καταναλωτή την περίοδο της ακρίβειας στην Ελλάδα 2021-2022

Αθήνα, 2023

© ΕΝΩΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

Ιουλιανού 28, 10433, Αθήνα, 6ος όροφος,
Τηλ.: 210 881 7730 • www.eeke.gr • info@eeke.gr

Έκδοση: Μάρτιος 2023

Ηλεκτρονική σελιδοποίηση - Εκτύπωση - Παραγωγή:
ΚΑΜΠΥΛΗ ΑΕΒΕ • Αντιγόνης 60, Κολωνός 104 42 Αθήνα
www.kambili.gr

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	13
1. Δημογραφικά Στοιχεία / Προφίλ Νοικοκυριού	16
1.1. Περιφέρεια Διαμονής	16
1.2. Φύλο.....	17
1.3. Ηλικία.....	17
1.4. Μορφωτικό Επίπεδο:.....	18
1.5. Επαγγελματική Κατάσταση.....	19
1.6. Οικογενειακή κατάσταση.....	20
1.7. Συμπληρώστε τον αριθμό μελών του νοικοκυριού σας.....	20
1.8. Πόσα μέλη του νοικοκυριού σας εισφέρουν εισόδημα;.....	21
1.9. Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα (άθροισμα του εισοδήματος όλων των μελών που διαμένουν μαζί σας).....	22
1.10. Ποιο θεωρείτε ότι θα έπρεπε να ήταν το καθαρό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα για να ανταπεξέλθετε στην ακρίβεια;.....	23
1.11. Ο τύπος της κύριας κατοικίας σας είναι:.....	24
1.12. Η κατοικία σας είναι:.....	25
1.13. Το μέγεθος της κατοικίας σας σε τ.μ. είναι:.....	25
2. Αντιμέτωπιση της Ενεργειακής Κρίσης.....	26
2.1. Επισκευάζετε / συντηρείτε τακτικά την κατοικίας σας;.....	26
2.2. Η τελευταία φορά που επισκευάσατε/συντηρήσατε την κατοικία σας;.....	27
2.3. Τρόπος Θέρμανσης της κατοικίας σας	28
2.4. Το ετήσιο κόστος θέρμανσης.....	30
2.5. Θωρείτε ότι θερμαίνετε την κατοικίας σας:.....	31
2.6. Με τί συχνότητα προμηθεύεστε το καύσιμο σας;.....	32
2.7. Έχετε λάβει επίδομα θέρμανσης;.....	33
2.8. Έχετε κάνει προσπάθειες εξοικονόμησης;.....	34
2.9. Τί είδους εξοικονόμηση πραγματοποιήσατε;.....	35

2.10.	Θεωρείτε ότι οι εταιρίες ενέργειας;	36
2.11.	Τρόποι αντιμετώπισης της ακρίβειας τους τελευταίους 6 μήνες	37
2.12.	Κάνετε αγορές από το «καλάθι του νοικοκυριού»;	39
2.13.	Πόσο θεωρείτε ότι το «καλάθι του νοικοκυριού» συμβάλλει στη μείωση του κόστους τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης του νοικοκυριού σας;	39
3.	Οικογενειακός Προϋπολογισμός	40
3.1.	Ποια ανάγκη θεωρείτε πιο σημαντική για να καλύψετε από τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό;	40
3.2.	Ποια κατηγορία δαπανών έχει επιβαρυνθεί περισσότερο τον τελευταίο χρόνο;	41
3.3.	Πως αντιμετωπίζετε τα ελλείμματα του προϋπολογισμού σας;	42
3.4.	Διαθέτετε αποταμιεύσεις που θα μπορούσαν να σας βοηθήσουν να ξεπεράσετε το κόστος των αυξήσεων;	43
3.5.	Διαθέτει πιστωτική κάρτα έστω και ένα μέλος του νοικοκυριού σας;	44
3.6.	Χρησιμοποιείτε την πιστωτική κάρτα για να καλύψετε κόστη προϊόντων βασικής ανάγκης (τρόφιμα, καύσιμα κ.λπ.);	45
3.7.	Έχει κάνει αίτηση για έκδοση πιστωτικής κάρτας τους τελευταίους 6 μήνες κάποιο μέλος από το νοικοκυριό σας για να καλύψει κόστη προϊόντων βασικής ανάγκης (τρόφιμα, καύσιμα κ.λπ.);	46
3.8.	Έχετε κάνει αίτηση για έκδοση καταναλωτικού δανείου τους τελευταίους 6 μήνες για την κάλυψη κάποιας έκτακτης ανάγκης;	46
3.9.	Τους τελευταίους 6 μήνες, έχετε υποστηρίξει οικονομικά, μέλη του οικογενειακού/ φιλικού σας περιβάλλοντος;	47
3.10.	Ποιες από τις παρακάτω δαπάνες έχετε περικόψει τους τελευταίους 12 μήνες για να ανταπεξέλθετε στις ανατιμήσεις προϊόντων και ενέργειας;	48
3.11.	Η έλευση της ενεργειακής κρίσης και της ακρίβειας σας ανάγκασε να προβείτε σε ενέργειες	49
3.12.	Με βάση τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό, μπορείτε να απολαμβάνετε μία εβδομάδα το χρόνο διακοπές;	50
3.13.	Ποια ήταν η τελευταία φορά που πήγατε διακοπές τουλάχιστον για μία εβδομάδα;	51
3.14.	Με βάση τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό, σε εβδομαδιαία βάση καταναλώνετε	52

3.15. Επιλέγετε να αγοράσετε τρόφιμα με βάση.....	53
4. Οικονομική Πολιτική.....	54
4.1. Πιστεύετε ότι οι αυξήσεις σε τρόφιμα και ενέργεια είναι κάτι:.....	54
4.2. Θεωρείτε ότι η ενεργειακή κρίση/ακρίβεια πρέπει να οδηγήσει σε:.....	55
5. Συλλογικές Δράσεις.....	56
5.1. Ενδιαφέρεστε να συμμετάσχετε σε καταναλωτικό συνεταιρισμό;.....	56
5.2. Ενδιαφέρεστε να συμμετάσχετε σε ενεργειακή κοινότητα;.....	57
5.3. Θα αγοράζατε προϊόντα απ' ευθείας από τους παραγωγούς, χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων;.....	57
Συμπεράσματα.....	58



Πίνακας περιεχομένων infographic

INFOGRAPHIC 1	Περιφέρεια διαμονής.....	16
INFOGRAPHIC 2	Φύλο συμμετεχόντων.....	17
INFOGRAPHIC 3	Ηλικία συμμετεχόντων.....	17
INFOGRAPHIC 4	Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων.....	18
INFOGRAPHIC 5	Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων.....	19
INFOGRAPHIC 6	Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων.....	20
INFOGRAPHIC 7	Μέλη που εισφέρουν εισόδημα.....	21
INFOGRAPHIC 8	Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα.....	22
INFOGRAPHIC 9	Επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα για την αντιμετώπιση της ακρίβειας.....	23
INFOGRAPHIC 10	Τύπος κύριας κατοικίας.....	24
INFOGRAPHIC 11	Είδος κύριας κατοικίας.....	25
INFOGRAPHIC 12	Μέγεθος κύριας κατοικίας.....	25
INFOGRAPHIC 13	Συχνότητα συντήρησης κύριας κατοικίας.....	26
INFOGRAPHIC 14	Συντήρηση κύριας κατοικίας.....	27
INFOGRAPHIC 15	Τρόπος θέρμανσης κύριας κατοικίας.....	28
INFOGRAPHIC 16	Ετήσιο κόστος θέρμανσης.....	30
INFOGRAPHIC 17	Θέρμανση της κύριας κατοικίας.....	31
INFOGRAPHIC 18	Συχνότητα προμήθειας καυσίμου.....	32
INFOGRAPHIC 19	Επίδομα θέρμανσης.....	33
INFOGRAPHIC 20	Εξοικονόμηση ενέργειας.....	34
INFOGRAPHIC 21	Είδη εξοικονόμησης ενέργειας.....	35
INFOGRAPHIC 22	Προσφορές εταιριών ενέργειας.....	36
INFOGRAPHIC 23	Τρόποι αντιμετώπισης της ακρίβειας τους τελευταίους 6 μήνες.....	37
INFOGRAPHIC 24	Αγορές από το καλάθι του νοικοκυριού.....	39
INFOGRAPHIC 25	Συμβολή καλαθιού του νοικοκυριού.....	39
INFOGRAPHIC 26	Σημαντικότητα αναγκών.....	40
INFOGRAPHIC 27	Επιβαρύνσεις δωδεκαμήνου.....	41
INFOGRAPHIC 28	Αντιμετώπιση ελλειμμάτων οικογενειακού προϋπολογισμού.....	42
INFOGRAPHIC 29	Διαθέσιμα αποταμιεύσεων.....	43
INFOGRAPHIC 30	Κατοχή πιστωτικής κάρτας.....	44
INFOGRAPHIC 31	Χρήση πιστωτικής κάρτας.....	45
INFOGRAPHIC 32	Αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας.....	46
INFOGRAPHIC 33	Αίτηση έκδοσης καταναλωτικού δανείου.....	46

INFOGRAPHIC 34	Στήριξη οικογένειας.....	47
INFOGRAPHIC 35	Περικοπή δαπανών.....	48
INFOGRAPHIC 36	Τρόποι αντιμετώπισης ενεργειακής κρίσης και ακρίβειας.....	49
INFOGRAPHIC 37	Δυνατότητα διακοπών.....	50
INFOGRAPHIC 38	Πρόσφατη περίοδος διακοπών.....	51
INFOGRAPHIC 39	Διατροφικές επιλογές.....	52
INFOGRAPHIC 40	Τρόποι επιλογής τροφίμων.....	53
INFOGRAPHIC 41	Άποψη για την ακρίβεια.....	54
INFOGRAPHIC 42	Προτάσεις διαχείρισης της ακρίβειας.....	55
INFOGRAPHIC 43	Συμμετοχή σε καταναλωτικό συνεταιρισμό.....	56
INFOGRAPHIC 44	Συμμετοχή σε ενεργειακή κοινότητα.....	57
INFOGRAPHIC 45	Αγορές απ' ευθείας από τους παραγωγούς.....	57

Πίνακας περιεχομένων πινάκων

ΠΙΝΑΚΑΣ 1	Αριθμός μελών νοικοκυριού.....	20
ΠΙΝΑΚΑΣ 2	Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση.....	22
ΠΙΝΑΚΑΣ 3	Επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα για την αντιμετώπιση της ακρίβειας και οικογενειακή κατάσταση.....	23
ΠΙΝΑΚΑΣ 4	Συχνότητα συντήρησης κύριας κατοικίας σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα.....	26
ΠΙΝΑΚΑΣ 5	Τρόπος θέρμανσης κύριας κατοικίας.....	28
ΠΙΝΑΚΑΣ 6	Θέρμανση κατοικίας σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα.....	29
ΠΙΝΑΚΑΣ 7	Θέρμανση κατοικίας σε σχέση με τον αριθμό τέκνων του νοικοκυριού.....	29
ΠΙΝΑΚΑΣ 8	Ετήσιο κόστος θέρμανσης.....	30
ΠΙΝΑΚΑΣ 9	Θέρμανση της κύριας κατοικίας.....	31
ΠΙΝΑΚΑΣ 10	Συχνότητα προμήθειας καυσίμου σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα.....	32
ΠΙΝΑΚΑΣ 11	Επίδομα θέρμανσης.....	33
ΠΙΝΑΚΑΣ 12	Διαθέσιμα αποταμιεύσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση.....	43
ΠΙΝΑΚΑΣ 13	Κατοχή πιστωτικής κάρτας σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση.....	44
ΠΙΝΑΚΑΣ 14	Πιστωτική κάρτα και οικογενειακή κατάσταση.....	45
ΠΙΝΑΚΑΣ 15	Δυνατότητα διακοπών και εισόδημα.....	50
ΠΙΝΑΚΑΣ 16	Πρόσφατη περίοδος διακοπών και οικογενειακό εισόδημα.....	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 17	Πρόσφατη περίοδος διακοπών και επαγγελματική κατάσταση.....	51



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τον Σεπτέμβριο 2021 σημειώθηκε μια μεγάλη για τα μέχρι τότε δεδομένα μεταβολών, αύξηση του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή κατά 2,4% (=102,19/99,83) έναντι του προηγούμενου μήνα. Έκτοτε η αύξηση συνεχίστηκε. Τον Απρίλιο 2022, ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή ανήλθε στις 111,08 μονάδες σημειώνοντας αύξηση κατά 11,3% (=111,08/99,83) έναντι του Αυγούστου 2021. Η αύξηση αυτή εντός περιόδου 8 μηνών είναι πρωτοφανής.

Επιπλέον, η Ρήτρα Αναπροσαρμογής της τιμής του ηλεκτρικού ρεύματος καθιστά την κατανάλωση ηλεκτρικού ρεύματος πρακτικά απαγορευμένη για τα περισσότερα νοικοκυριά χαμηλού εισοδήματος ή δίχως εισόδημα. Συγκεκριμένα, ο Υποδείκτης Τιμών Στέγασης, ο οποίος περιλαμβάνει το ηλεκτρικό ρεύμα, αυξήθηκε μεταξύ Απριλίου 2022 και Αυγούστου 2021 κατά 35,2% (=137,68/101,81).

Η αύξηση των τιμών συντελέστηκε σε κατάσταση μειωμένων εισοδημάτων από μισθωτή εργασία εξ' αιτίας των πολιτικών λιτότητας που εφαρμόστηκαν εντός του πλαισίου των δημοσιονομικών προσαρμογών που ακολούθησαν τη χρεοκοπία του Ελληνικού Δημοσίου το 2009-2010.

Τα εισοδήματα από μισθωτή εργασία μειώθηκαν επιπλέον ακόμα περισσότερο εξ' αιτίας των πολιτικών lockdown / διακοπής της ομαλής παραγωγικής και αναπαραγωγικής διαδικασίας που εφαρμόστηκαν το 2021-2022 για την αντιμετώπιση της πανδημίας Covid-19. Σε ορισμένες μάλιστα περιπτώσεις εποχικής απασχόλησης η μείωση των μισθών υπήρξε τόσο ακραία ώστε επέφερε και τη μείωση της προσφοράς εργασίας.

Η σύμπτωση: α) αύξησης των τιμών και β) μειωμένων εισοδημάτων, ορίζει το σύγχρονο φαινόμενο της ακρίβειας που ενέχει τη δραματική μείωση του βιοτικού επιπέδου των καταναλωτών στην Ελλάδα την τρέχουσα περίοδο. Η επίπτωση της ακρίβειας στα α) υπερχρεωμένα νοικοκυριά και β) τα νοικοκυριά δίχως εισοδήματα (λόγω ανεργίας) είναι συγκλονιστική. Τον Μάρτιο 2022 η ανεργία ανέρχεται στο 12,2%.

Ο ρωσο-ουκρανικός πόλεμος (24 Φεβρουαρίου 2022 έως σήμερα) και οι οικονομικές κυρώσεις που επέβαλλαν στη Ρωσία οι Δυτικές Χώρες τροφοδοτούν την αύξηση των τιμών διεθνώς διαμέσου της αύξησης των τιμών των ενεργειακών προϊόντων (μεγάλος εξαγωγέας των οποίων είναι η Ρωσία) και των σιτηρών και των σπορέλαιων (μεγάλοι εξαγωγείς των οποίων είναι η Ουκρανία και η Ρωσία).

Την προσεχή περίοδο δεν προβλέπεται σταδιακή απόσβεση της έξαρσης που σημειώνεται στην ακρίβεια των αγαθών και υπηρεσιών. Τούτου δεδομένου καθίσταται αναγκαία η αντίδραση των καταναλωτών στην ακρίβεια για την προστασία του βιοτικού επιπέδου τους. Εξυπακούεται ότι η αντίδραση αυτή είναι: α) ατομική αλλά, επίσης, και β) συλλογική/ομαδική. Στην πράξη η αντίδραση αυτή για να είναι επιτυχής οφείλει να βασίζεται στις πραγματικές εμπειρίες των καταναλωτών κατά τη διαχείριση της ακρίβειας.

Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί να καταγράψει δειγματοληπτικά τις συνολικές ατομικές και συλλ-

λογικές/ομαδικές αντιδράσεις των καταναλωτών στην τρέχουσα αύξηση των τιμών των προϊόντων και υπηρεσιών που καταναλώνει. Οι αντιδράσεις αυτές αποτελούν στοιχεία ενός διανύσματος αντιδράσεων («αντίκτυπος») που η μεταξύ τους αναλυτική λογική συσχέτιση παράγει ροπές αντίδρασης («ροπές αντικτύπων») τόσο σε α)ατομικό όσο και β) συλλογικό/ομαδικό επίπεδο. Η ειδικότερη προστιθέμενη αξία που φιλοδοξεί να παράξει η έρευνα είναι η υπέρβαση των τυπικών ατομικών αντιδράσεων στην καταναλωτική συμπεριφορά και η ταυτοποίηση συλλογικών αντιδράσεων που ενδεχομένως κυοφορούνται / ενυπάρχουν στις τυπικές ατομικές καταναλωτικές συμπεριφορές.

Στο πλαίσιο συστηματοποίησης και συγκεκριμενοποίησης του ερευνητικού σκοπού, τίθενται επιμέρους στόχοι, στους οποίους εστιάζει και αφορούν, στη διερεύνηση του προφίλ των καταναλωτών και τις αλλαγές των καταναλωτικών συμπεριφορών και των τυχόν μη καλυπτόμενων αναγκών των καταναλωτών

Η υπόθεση ότι οι καταναλωτές δεν έχουν τη δυνατότητα να ανταποκρίνονται στο σύνολο των αναγκών ενός νοικοκυριού, προκαλεί τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Έχουν αλλάξει οι αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών και σε ποιον βαθμό;
2. Ποιες καταναλωτικές ανάγκες δεν καλύπτονται σε ικανοποιητικό βαθμό ή καθόλου;
3. Ποια μέτρα λαμβάνουν οι καταναλωτές για την αντιμετώπιση της ακρίβειας στα καταναλωτικά αγαθά και για την αντιμετώπιση της αύξησης του κόστους της ενέργειας;

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα προσεγγίζονται δια μέσου των εξής διακριτών συμπληρωματικών ομάδων: απασχολούμενοι μισθωτοί, συνταξιούχοι, υπερχρεωμένοι και άνεργοι/άποροι.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε στο χρονικό διάστημα από 10 Ιανουαρίου έως 10 Φεβρουαρίου 2023, με συμπλήρωση χιλίων επτακοσίων δέκα (1.710) on line ερωτηματολογίων. Διερευνά και αποτυπώνει τις αλλαγές στις καταναλωτικές συμπεριφορές και των μέτρων αντιμετώπισης της ακρίβειας από την πλευρά των απασχολούμενων μισθωτών, συνταξιούχων, ανέργων/απόρων και υπερχρεωμένων καταναλωτών.

Πρέπει κατ' αρχάς να επισημανθεί ότι:

- α) ο ίδιος ο διαδικτυακός τρόπος διενέργειας της έρευνας, και
- β) η παρακίνηση συμμετοχής των καταναλωτών στην έρευνα που προήλθε κυρίως από τα κατά τόπους Παραρτήματα της ΕΕΚΕ σε συνεργασία με τα τοπικά Εργατικά Κέντρα της ΓΣΕΕ,

οριοθέτησαν και εξειδίκευσαν το δείγμα της έρευνας στο μεσαίο (1001-2000€) και χαμηλό (0€ -1.000€) τμήμα του κόσμου της εργασίας, δηλαδή της μισθωτής εργασίας στον ιδιωτικό και το δημόσιο τομέα, τους άνεργους και τους αυτοαπασχολούμενους.

Αυτή η οριοθετική εξειδίκευση προσδίδει μια πληθυσμιακή αντιπροσωπευτικότητα στο δείγμα της τάξης του 45%. Πρακτικά το δείγμα αντανakλά τον οικονομικά ενεργό πληθυσμό στην Ελλάδα με εξαίρεση την επιχειρηματική τάξη η οποία υποαντιπροσωπεύεται εντελώς στο δείγμα.

Η αντίδραση του κόσμου της εργασίας στην ανατροπή των εισοδηματικών και τιμαριθμικών δεδομένων επικεντρώνεται κυρίως στα νοικοκυριά με παιδιά. Τα νοικοκυριά προτεραιοποιούν

τη διατήρηση της κατανάλωσης των παιδιών και συμπληρωματικά περικόπτουν τις δαπάνες των ενηλίκων μελών τους.

Ειδικότερα διαπιστώνεται ότι η οριακή πίεση της ακρίβειας είναι μεγαλύτερη:

α) στις τριμελείς οικογένειες με παιδί στις οποίες συνεισφέρει οικονομικά μόνο το ένα ενήλικο μέλος ή και τα συνεισφέροντα ενήλικα μέλη αμείβονται με χαμηλούς μισθούς.

β) στις τετραμελείς και μεγαλύτερου μεγέθους οικογένειες με δύο και περισσότερα παιδιά που διαμένουν σε ενοικιαζόμενη κατοικία ή σε ιδιόκτητη ή έχουν στεγαστικό δάνειο για την ιδιόκτητη κατοικία τους

Επίσης, διαφαίνεται ότι, τουλάχιστον, έναν τμήμα των νοικοκυριών διαθέτει μη αναφερόμενους στην έρευνα πόρους όπως, π.χ. μεταβιβαστικές εισπράξεις, ιδιοπαραγωγή αγαθών και άλλους τρόπους, ένας εκ των οποίων είναι και η αδήλωτη απασχόληση.

Τέλος, διαπιστώνεται ότι οι συλλογικές/ομαδικές αντιδράσεις στην καταβύθιση της κατανάλωσης και στα υπόλοιπα καταναλωτικά προβλήματα που η έρευνα εντοπίζει είναι ποσοτικά μικρότερες των αναμενόμενων από τους ερευνητές. Η δυσάρεστη αυτή διαπίστωση συνάδει με τον χαρακτήρα του κοινωνικο-οικονομικού σχηματισμού στην Ελλάδα.

Η αποτύπωση των αλλαγών των καταναλωτικών συνθηκών φιλοδοξεί να συμβάλλει τόσο σε πολιτικό επίπεδο όσο και σε επίπεδο εφαρμογής καθώς παρέχει ένα πλαίσιο αναφοράς:

- για τους σχεδιάζοντες πολιτική
- για τους επιχειρηματίες
- για τους καταναλωτές

Σε πολιτικό επίπεδο επικουρούν στην ανάληψη πολιτικών πρωτοβουλιών και στην εκπόνηση ενός ορθολογικού στρατηγικού σχεδιασμού για τη λήψη μέτρων αντιμετώπισης της ακρίβειας.

Σε επίπεδο εφαρμογής, μπορούν να χρησιμοποιηθούν ανατροφοδοτικά και να παρέχουν πληροφόρηση:

- στις επιχειρήσεις προκειμένου από την πλευρά τους να εναρμονιστούν με τις αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες των καταναλωτών και να συμβάλλουν στην απορρόφηση του κόστους
- στους καταναλωτές να ενημερωθούν ώστε να είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν τις συνεχείς αυξητικές μεταβολές των τιμών

1. Δημογραφικά Στοιχεία / Προφίλ Νοικοκυριού

1.1. Περιφέρεια Διαμονής

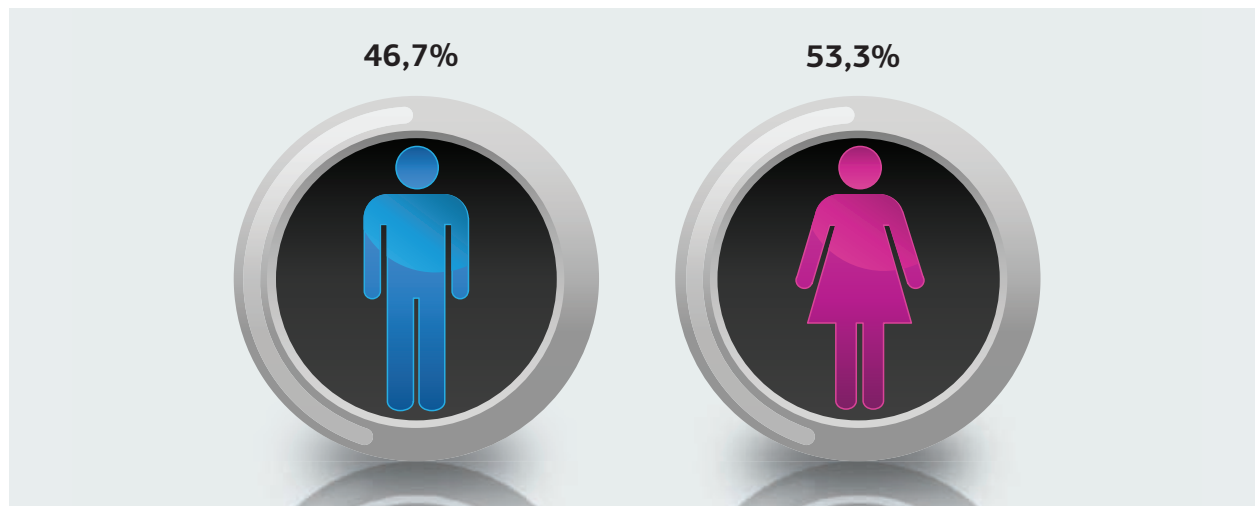


INFOGRAPHIC 1: Περιφέρεια διαμονής

Το ερωτηματολόγιο συμπλήρωσαν στο μεγαλύτερο ποσοστό κάτοικοι της Αττικής (26,8%) και στη συνέχεια κάτοικοι της Κεντρικής Μακεδονίας (19,9%). Ακολουθεί το 12,4% που δήλωσαν κύρια κατοικία την Περιφερειακή Ενότητα Δυτικής Μακεδονίας και Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης το 10,3%.

Με μικρότερη συμμετοχή ακολουθούν οι νομοί της Θεσσαλίας (6,3%), της Στερεάς Ελλάδας (6,1%), της Δυτικής Ελλάδας (4,3%) και του Βορείου Αιγαίου (4,0%). Από την Περιφερειακή Ενότητα Κρήτης, υπέβαλαν το ερωτηματολόγιο σε ποσοστό 3,5% ενώ με μικρότερη συμμετοχή ακολουθούν οι περιφέρειες της Ηπείρου (2,7%), των Ιονίων Νήσων (1,9%), της Πελοποννήσου (1,3%) και τέλος του Νοτίου Αιγαίου (0,6%).

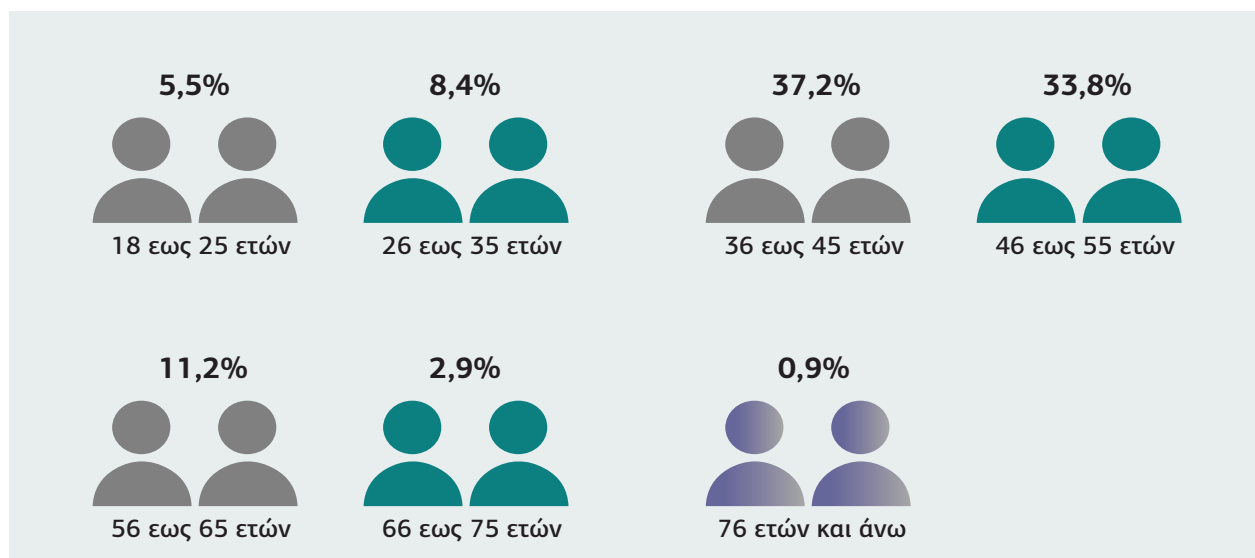
1.2. Φύλο



INFOGRAPHIC 2: Φύλο συμμετεχόντων

Το 53,3% των καταναλωτών που απαντούν στην έρευνα είναι γυναίκες και σε ποσοστό 46,7% είναι άνδρες.

1.3. Ηλικία

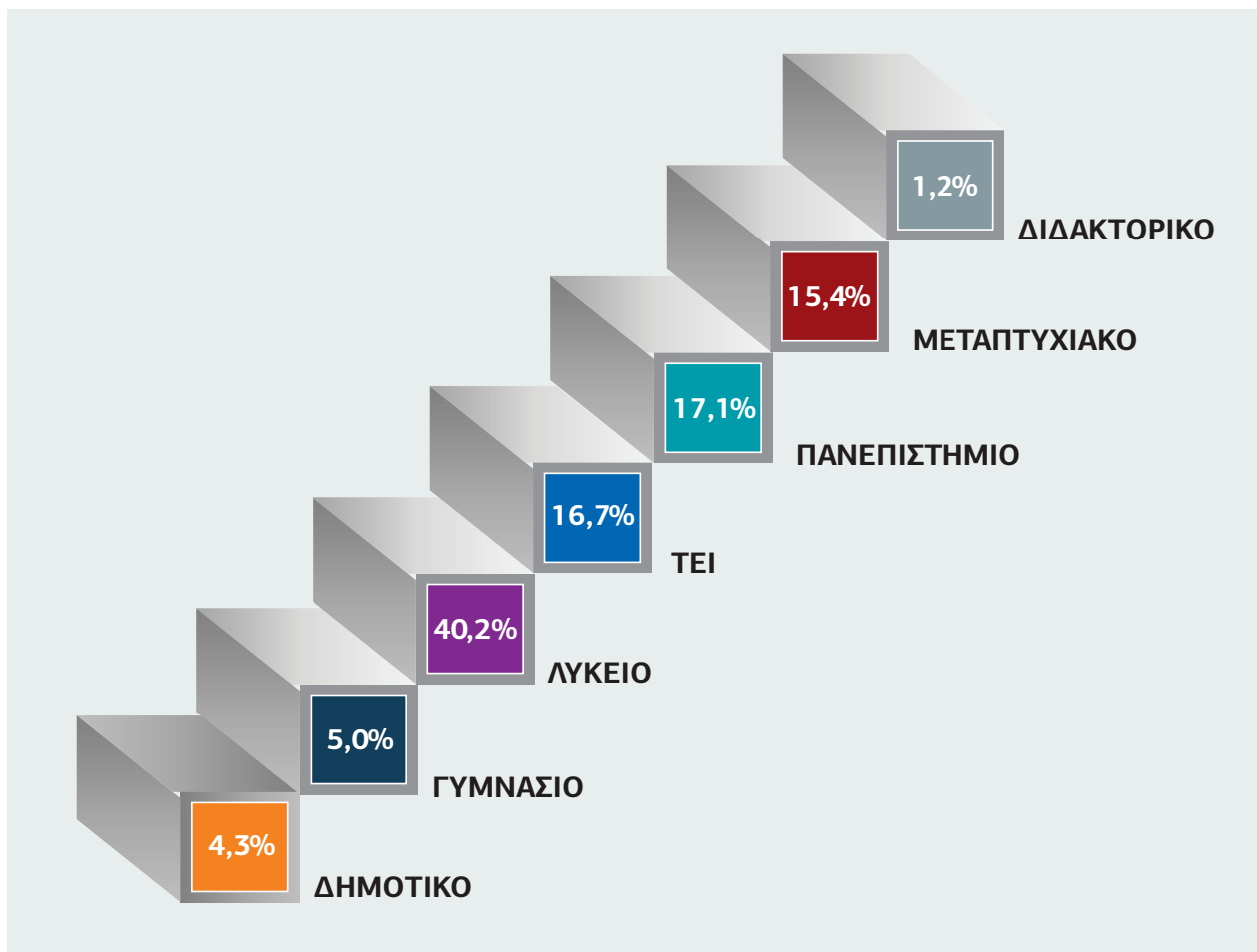


INFOGRAPHIC 3: Ηλικία συμμετεχόντων

Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων (37,2%) ανήκει στην ηλικιακή ομάδα των 36-45 ετών και στη συνέχεια σε ποσοστό 33,8% είναι άτομα μεταξύ 46 έως 55 ετών. Μικρότερη αλλά σημαντική, είναι και η συμμετοχή πολιτών ηλικίας 56 έως 65 ετών (11,2%).

Σε μικρότερο ποσοστό απαντούν οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες και πιο συγκεκριμένα, άτομα ηλικίας 26 έως 35 ετών σε ποσοστό 8,4%, άτομα ηλικίας 18 έως 25 ετών σε ποσοστό 5,5%, άτομα ηλικίας 66 έως 75 ετών σε ποσοστό 2,9% και τέλος, μόλις το 0,9% αποτελούν οι καταναλωτές ηλικίας 76 ετών και άνω.

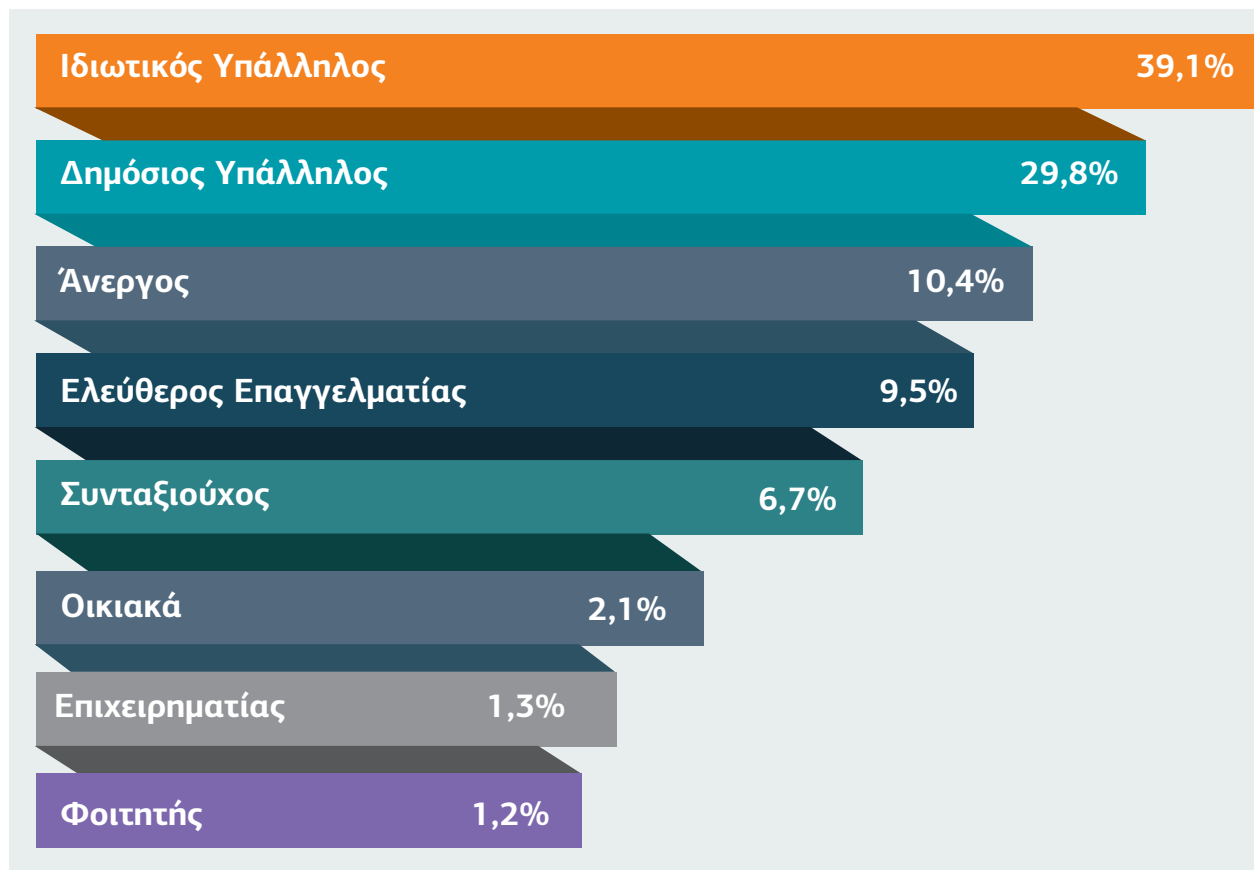
1.4. Μορφωτικό Επίπεδο:



INFOGRAPHIC 4: Μορφωτικό επίπεδο συμμετεχόντων

Οι μισοί από τους συμμετέχοντες έχουν Πανεπιστημιακή Εκπαίδευση (50,4%). Την Ανωτάτη εκπαίδευση (Πανεπιστήμιο/ ΤΕΙ) έχει ολοκληρώσει το 33,8% ενώ το 16,6% κατέχει Μεταπτυχιακό και Διδακτορικό τίτλο. Οι περισσότεροι, σε ποσοστό 40,2% έχουν αποφοιτήσει από το Λύκειο. Από το Δημοτικό και το Γυμνάσιο έχει αποφοιτήσει το 4,3% και 5,0% αντίστοιχα.

1.5. Επαγγελματική Κατάσταση

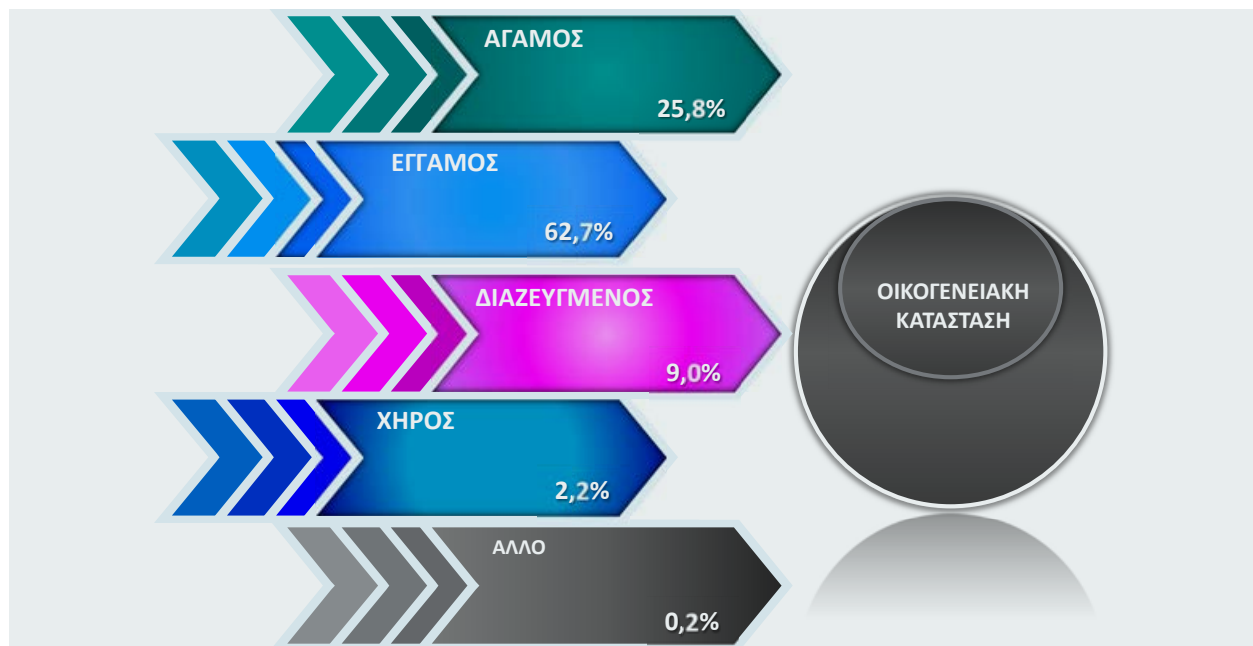


INFOGRAPHIC 5: Επαγγελματική κατάσταση συμμετεχόντων

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (39,1%) δηλώνουν ιδιωτικοί υπάλληλοι ενώ σε μεγάλο βαθμό συμμετέχουν και δημόσιοι υπάλληλοι (29,8%). Ακολουθούν οι άνεργοι (10,4%) και οι ελεύθεροι επαγγελματίες (9,5%).

Με μικρότερη συμμετοχή ακολουθούν οι συνταξιούχοι (6,7%), καθώς επίσης και όσοι καταναλωτές ασχολούνται με τα οικιακά (2,1%). Τέλος, επιχειρηματίες και φοιτητές αποτελούν και οι δύο μαζί μόλις το 2,5% των ερωτώμενων.

1.6. Οικογενειακή κατάσταση



INFOGRAPHIC 6: Οικογενειακή κατάσταση συμμετεχόντων

Έγγαμοι δηλώνουν οι περισσότεροι (62,7%) ενώ άγαμοι το 25,8%. Σε πολύ μικρότερο ποσοστό οι συμμετέχοντες είναι διαζευγμένοι (9,0%) και χήρος/ χήρα δηλώνει το 2,2%.

1.7. Συμπληρώστε τον αριθμό μελών του νοικοκυριού σας

		Τέκνα					Γενικό Άθροισμα	
		0	1	2	3	4		5
Ενήλικες	1	19,42%	9,36%	9,01%	1,17%	0,12%	0,00%	39,06%
	2	8,89%	7,72%	15,91%	3,63%	0,47%	0,23%	36,84%
	3	3,63%	4,09%	4,21%	0,35%	0,00%	0,00%	12,28%
	4	0,94%	0,70%	4,91%	0,94%	0,00%	0,00%	7,49%
	5	0,47%	0,23%	0,35%	3,04%	0,23%	0,00%	4,33%
Γενικό Άθροισμα		33,33%	22,11%	34,39%	9,12%	0,82%	0,23%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 1: Αριθμός μελών νοικοκυριού

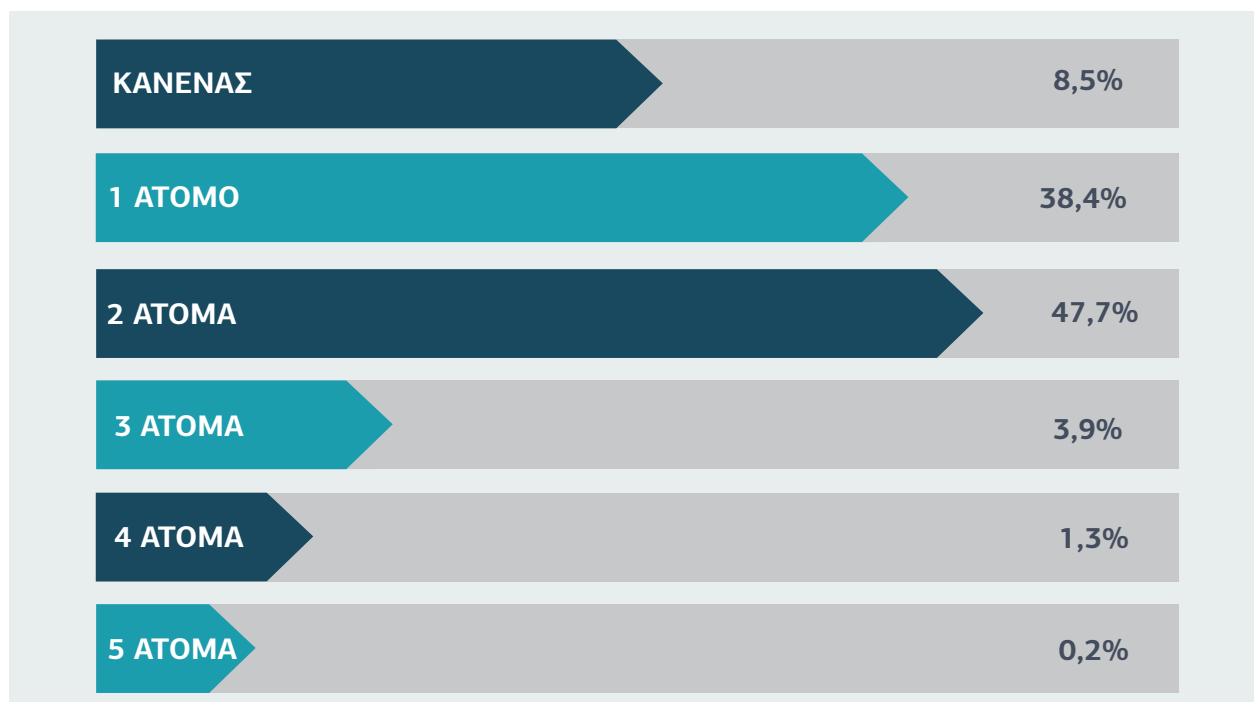
Οι συσχετισμοί για τα άτομα που αποτελούν το νοικοκυριό όσων συμμετείχαν στην έρευνα καταδεικνύει ότι, μεγάλο ποσοστό των νοικοκυριών είναι μονογονεϊκές οικογένειες (19,64%) και νοικοκυριά με δύο ενήλικες (36,84%). Με μικρότερο ποσοστό σε νοικοκυριά διαβιούν τρεις

ενήλικες (12,28%) ενώ νοικοκυριά που αποτελούνται από τέσσερα ενήλικα μέλη και άνω αντιπροσωπεύουν μόλις το 11,82%.

Αναφορικά με τον αριθμό των τέκνων που διαβιούν σε κάθε νοικοκυριό, την πρωτιά κατέχουν τα δύο παιδιά (34,39%) και στη συνέχεια τα νοικοκυριά με κανένα παιδί (33,33%). Λιγότερες σε ποσοστό είναι οι οικογένειες με ένα τέκνο (22,11%) ενώ οι πολύτεκνες οικογένειες, δηλαδή τα νοικοκυριά με τρία τέκνα και άνω αποτελούν το 10,17% του δείγματος.

Ιδίως ως προς τη σύνθεση των νοικοκυριών, την πρωτιά κατέχουν τα νοικοκυριά με έναν μόνο ενήλικα και κανένα τέκνο (19,42%) και ακολουθούν οι τετραμελείς οικογένειες με δύο ενήλικες και δυο τέκνα με 15,91%. Αρκετές επίσης είναι οι μονογονεϊκές οικογένειες με ένα τέκνο (9,36%) και με δύο τέκνα (9,01%).

1.8. Πόσα μέλη του νοικοκυριού σας εισφέρουν εισόδημα;

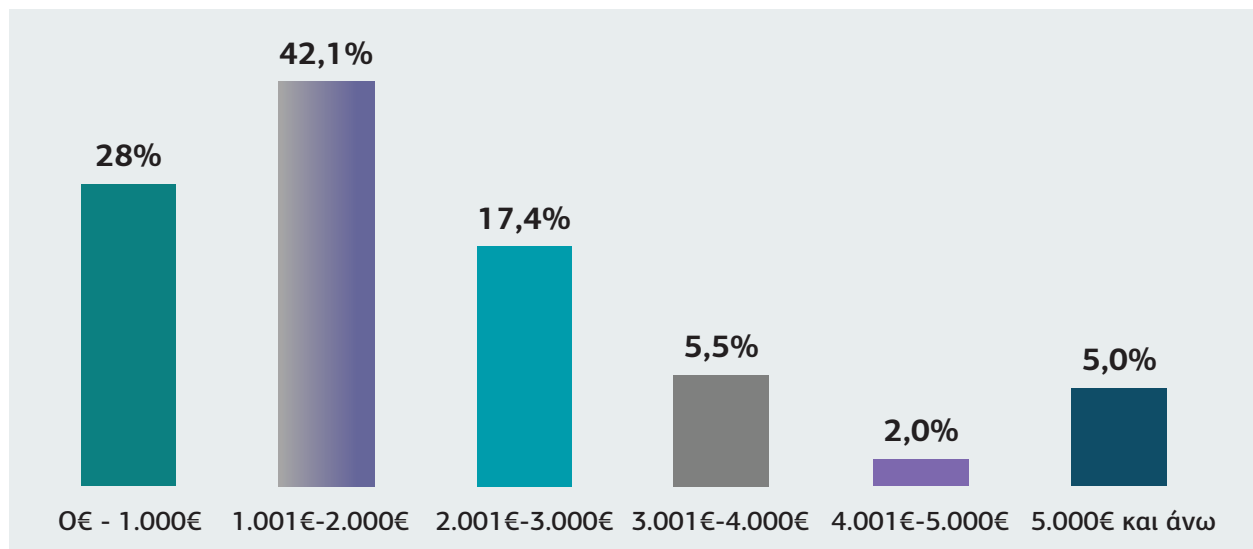


INFOGRAPHIC 7: Μέλη που εισφέρουν εισόδημα

Στην πλειοψηφία των νοικοκυριών, εισόδημα εισφέρουν δύο άτομα (47,7%) ενώ δεν είναι λίγα και τα νοικοκυριά όπου μόνο ένα άτομο συνεισφέρει οικονομικά (38,4%).

Ένα σημαντικό ποσοστό 8,5% δεν λαμβάνει οικονομική ενίσχυση από κανένα μέλος της οικογένειας. Μόλις το 5,4% του δείγματος καταγράφει ότι στα οικογενειακά έσοδα συνεισφέρουν τρία άτομα και άνω.

1.9. Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα (άθροισμα του εισοδήματος όλων των μελών που διαμένουν μαζί σας)



INFOGRAPHIC 8: Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα

Επαγγελματική Κατάσταση	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα						Γενικό Άθροισμα
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +	
Άνεργος/η	64,04%	22,47%	3,37%	3,37%	1,12%	5,62%	100,00%
Δημόσιος Υπάλληλος	14,90%	44,71%	25,88%	7,06%	2,75%	4,71%	100,00%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	24,69%	39,51%	16,05%	13,58%	0,00%	6,17%	100,00%
Επιχειρηματίας	18,18%	0,00%	45,45%	0,00%	18,18%	18,18%	100,00%
Ιδιωτικός Υπάλληλος	28,74%	46,71%	14,67%	3,59%	1,80%	4,49%	100,00%
Οικιακά	50,00%	27,78%	11,11%	5,56%	0,00%	5,56%	100,00%
Συνταξιούχος	24,56%	49,12%	17,54%	3,51%	1,75%	3,51%	100,00%
Φοιτητής/τρια	30,00%	50,00%	10,00%	0,00%	0,00%	10,00%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 2: Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση

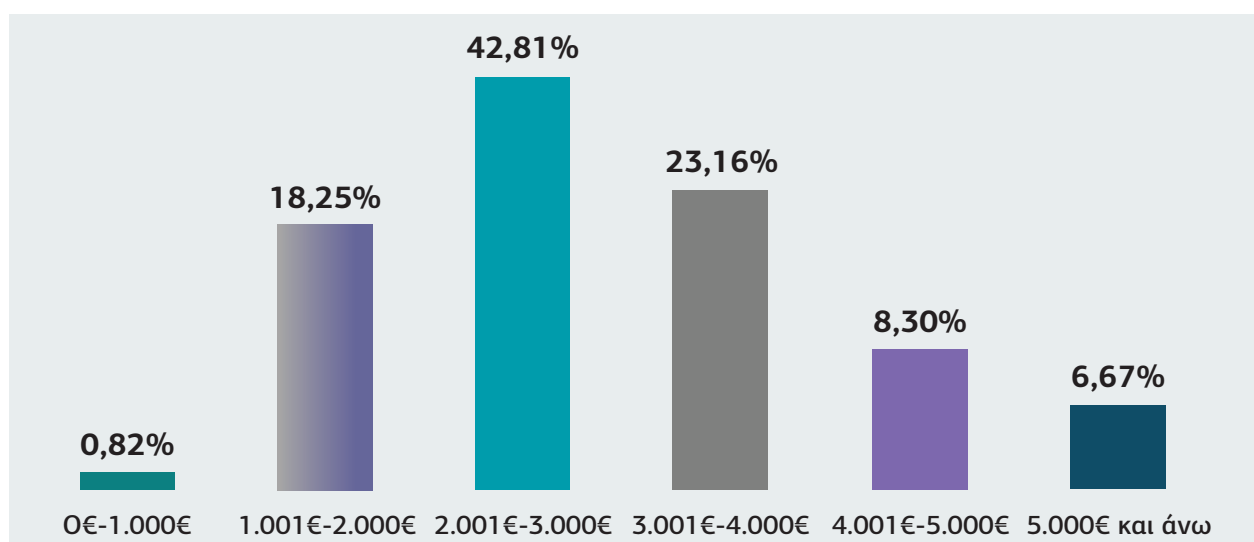
Από 1001€ έως 2000€ είναι το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα για τους περισσότερους συμμετέχοντες (42,1%). Η αμέσως επόμενη δημοφιλέστερη απάντηση είναι το οικογενειακό εισόδημα 0€-1000€, σε ποσοστό 28,0%.

Εν συνεχεία, με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 2001€-3000€ διαβιεί το 17,4%. Οι αμέσως επόμενες υψηλότερες βαθμίδες άνω των 3001€ οικογενειακού εισοδήματος, αφορά συμμετέχοντες σε σαφώς μικρότερο ποσοστό (12,5%).

Κρίνεται επιβεβλημένη η ανάγκη να αναλύσουμε την επαγγελματική κατάσταση των καταναλωτών σε συνάρτηση με το μηνιαίο οικογενειακό τους εισόδημα. Κατ' επέκταση θα παρατηρήσουμε ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό των χαμηλόμισθων (0€-1000€) ανήκουν οι άνεργοι (64,04%) και κατά λογική ακολουθία όσοι δήλωσαν οικιακά (50,00%). Με μία πιο προσεκτική ματιά όμως, στην πιο χαμηλή οικονομική βαθμίδα θα δούμε τους ιδιωτικούς υπαλλήλους (28,74%) και στη συνέχεια τους ελεύθερους επαγγελματίες (24,69%).

Αξιοπρόσεκτο είναι ότι το 49,12% των συνταξιούχων οι οποίοι λαμβάνουν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους οικογενειακό εισόδημα 1000€-2000€ όπως και των φοιτητών σε ποσοστό 50,00%. Οι ιδιωτικοί υπάλληλοι σε ποσοστό 75,45%, οι δημόσιοι υπάλληλοι σε ποσοστό 59,61% και οι συνταξιούχοι σε ποσοστό 73,68%, αμείβονται κατά κύριο λόγο από 0€-2000€.

1.10. Ποιο θεωρείτε ότι θα έπρεπε να ήταν το καθαρό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα για να ανταπεξέλθετε στην ακρίβεια;



INFOGRAPHIC 9: Επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα για την αντιμετώπιση την ακρίβειας

Οικογενειακό Εισόδημα	Οικογενειακή Κατάσταση					Γενικό Άθροισμα
	Άγαμος/η	Άλλο	Διαζευγμένος/η	Έγγαμος/η	Χήρος/α	
0€ - 1000€	0,47%	0,00%	0,12%	0,12%	0,12%	
1000€ - 2000€	8,19%	0,00%	3,27%	5,85%	0,94%	
2000€ - 3000€	10,18%	0,12%	3,39%	28,19%	0,94%	
3000€ - 4000€	4,44%	0,12%	1,05%	17,43%	0,12%	
4000€ - 5000€	0,58%	0,00%	0,35%	7,37%	0,00%	
5000€ +	1,99%	0,00%	0,82%	3,74%	0,12%	
Γενικό Άθροισμα	25,85%	0,23%	9,01%	62,69%	2,22%	100,00%

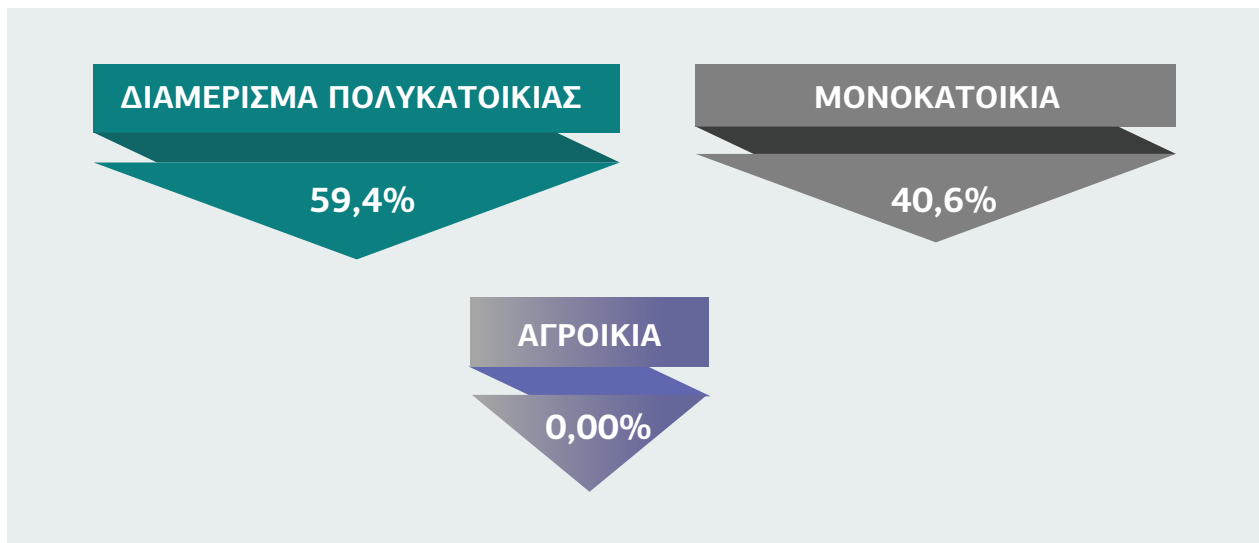
ΠΙΝΑΚΑΣ 3: Επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα για την αντιμετώπιση την ακρίβειας και οικογενειακή κατάσταση

Αρκετοί είναι εκείνοι (42,81%) οι οποίοι δηλώνουν ότι για να ανταπεξέλθουν στην ακρίβεια, το καθαρό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα θα έπρεπε να κυμαίνεται ανάμεσα στις 2001€ -3000€. Ακολουθούν με ποσοστό 23,16% οι καταναλωτές που δηλώνουν ότι θα έπρεπε να διαθέτουν εισόδημα μεταξύ 3001€-4000€.

Εντούτοις, το 18,25% δηλώνει ότι για να ανταπεξέλθει στην ακρίβεια θα έπρεπε να διαθέτει οικογενειακό εισόδημα 1001-2000€. Καταλήγοντας, το 8,3% σημειώνει ότι θα έπρεπε να διαθέτει εισόδημα 4001€-5000€ και 5001€ και άνω μόλις το 6,7%.

Αν παρατηρήσει κανείς το επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα σε σύγκριση με την οικογενειακή κατάσταση, διαφαίνεται η διαφορετική οπτική. Από το πλήθος των απαντήσεων, οι περισσότεροι που επίσης δηλώνουν ότι το επιθυμητό εισόδημα θα ήταν μεταξύ 2000€-3000€ είναι έγγαμοι. Επίσης οι έγγαμοι κατέχουν την πρωτιά (17,43%) και στη δήλωση για ιδανικό οικογενειακό εισόδημα στην υψηλότερη βαθμίδα (3000€-4000€). Οι άγαμοι επίσης θεωρούν ότι για να ανταπεξέλθουν στην ακρίβεια θα έπρεπε να διαθέτουν εισόδημα 2000€-3000€.

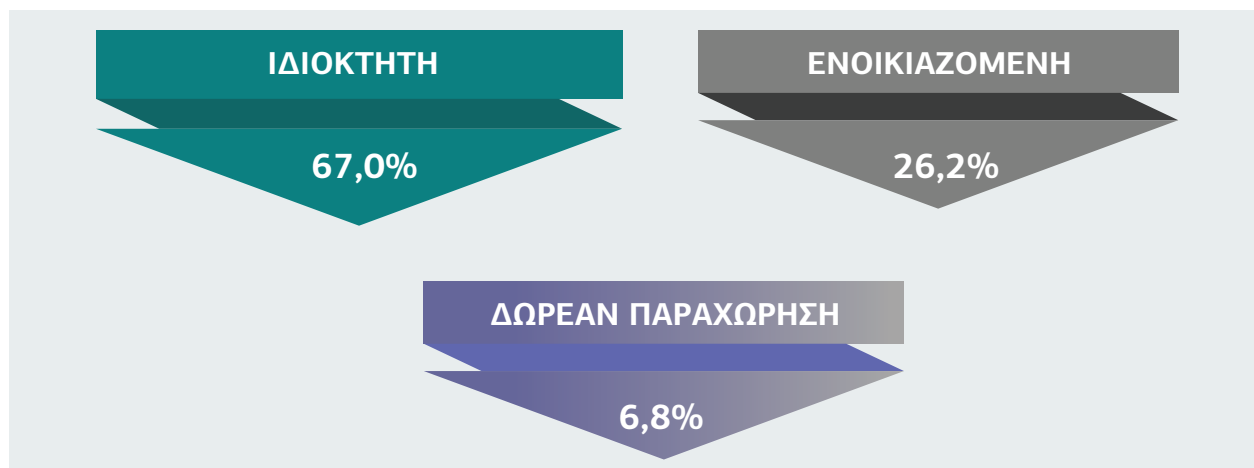
1.11. Ο τύπος της κύριας κατοικίας σας είναι:



INFOGRAPHIC 10: Τύπος κύριας κατοικίας

Οι περισσότεροι διαμένουν σε διαμέρισμα πολυκατοικίας (59,4%) ενώ σε μονοκατοικία διαμένει το 40,6%. Κανένας ερωτώμενος δεν δήλωσε αγροικία για κύρια κατοικία.

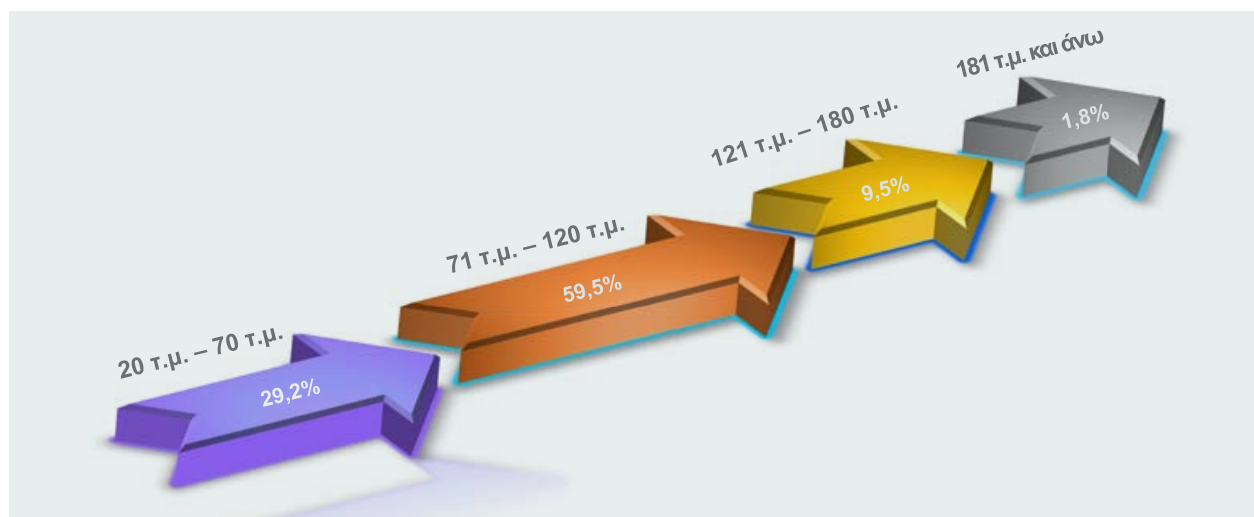
1.12. Η κατοικία σας είναι:



INFOGRAPHIC 11: Είδος κύριας κατοικίας

Σε ιδιόκτητη κατοικία καταγράφεται ότι διαμένει η πλειοψηφία (67%), ενώ σε ενοικιαζόμενη το 26,2%. Το 6,8% των ερωτώμενων διαμένει σε ακίνητο με δωρεάν παραχώρηση.

1.13. Το μέγεθος της κατοικίας σας σε τ.μ. είναι:

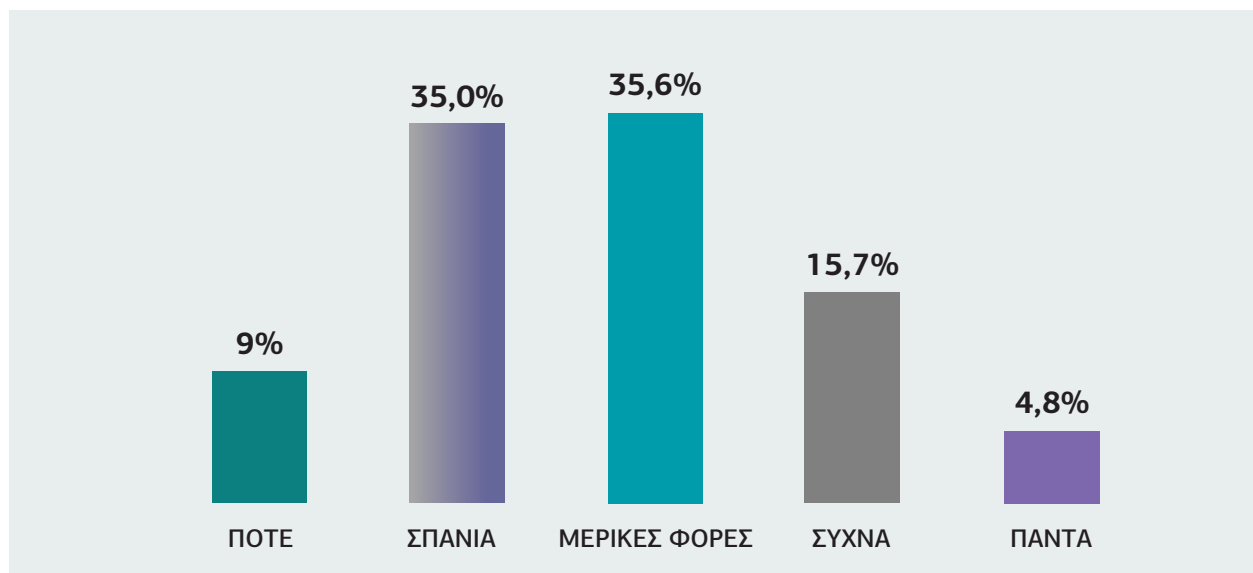


INFOGRAPHIC 12: Μέγεθος κύριας κατοικίας

Στο μικρότερο σε μέγεθος ακίνητο (20τ.μ.-70τ.μ.) κατοικεί το 29,2% ενώ η πλειονότητα (59,5%) διαμένει σε κατοικία από 71 τ.μ. έως 120 τ.μ. Ακολουθεί το 9,5% των απαντήσεων που δηλώνουν ότι κατοικούν σε οικεία με μέγεθος 121 τ.μ.- 180 τ.μ. και τέλος το 1,8% σε μέγεθος ακινήτου 181 τ.μ. και άνω.

2. Αντιμέτωπιση της Ενεργειακής Κρίσης

2.1. Επισκευάζετε / συντηρείτε τακτικά την κατοικία σας;



INFOGRAPHIC 13: Συχνότητα συντήρησης κύριας κατοικίας

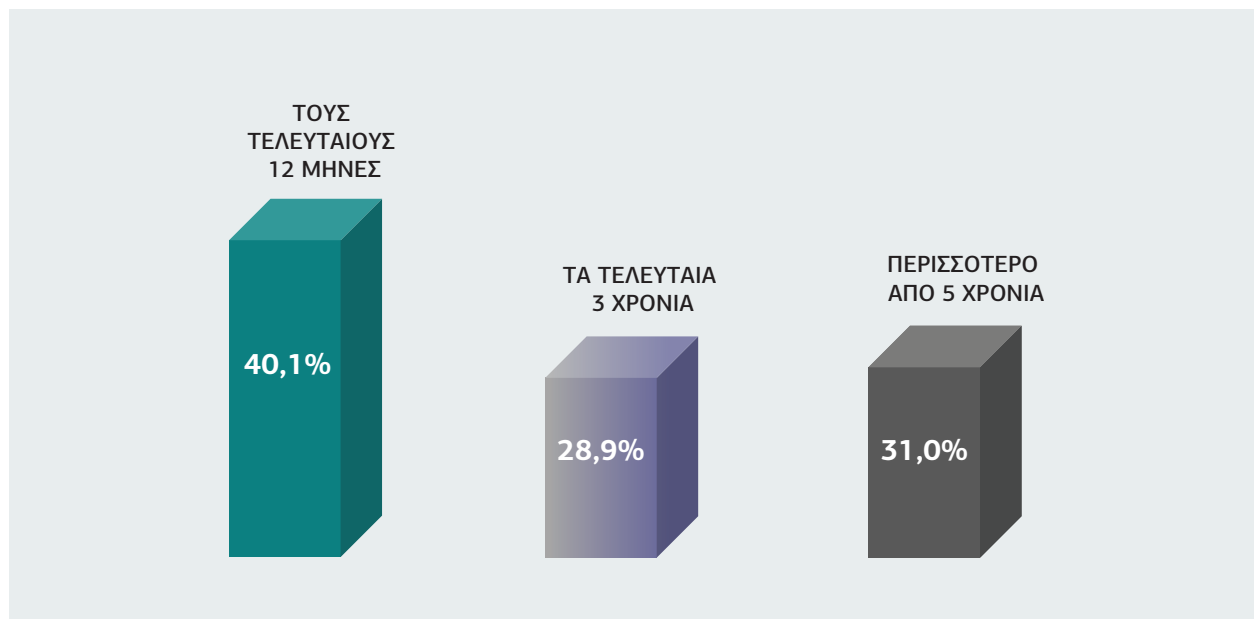
Επισκευάζετε / συντηρείτε την κατοικία σας	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα						Γενικό Άθροισμα
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +	
Μερικές Φορές	5,5%	15,2%	8,7%	2,8%	1,2%	2,2%	35,6%
Πάντα	1,2%	2,2%	0,5%	0,4%	0,0%	0,6%	4,8%
Ποτέ	4,8%	2,6%	1,2%	0,4%	0,0%	0,1%	9,0%
Σπάνια	11,9%	15,8%	4,2%	1,4%	0,7%	0,9%	35,0%
Συχνά	4,6%	6,3%	2,9%	0,6%	0,1%	1,2%	15,7%
Γενικό Άθροισμα							100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 4: Συχνότητα συντήρησης κύριας κατοικίας σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα

Σε τακτική συντήρηση και επισκευή της κατοικίας προβαίνει πάντα μόνο το 4,8%. Στον αντίποδα ποτέ δεν επισκευάζει την κατοικία του το 9% και συχνά απαντά μόλις το 15,7%. Μεγάλο ποσοστό καταγράφει ότι επισκευάζει και συντηρεί την κατοικία του μερικές φορές και σπάνια σε ποσοστό 35,6% και 35% αντίστοιχα.

Από τα ως άνω ευρήματα προκύπτει ότι, ποτέ, σπάνια και μερικές φορές συντηρεί την κατοικία του η πλειοψηφία (55,8%) και πιο συγκεκριμένα η ομάδα των εργαζομένων που διαθέτει μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€-1000€ και 1000€-2000€.

2.2. Η τελευταία φορά που επισκευάσατε/συντηρήσατε την κατοικία σας:



INFOGRAPHIC 14: Συντήρηση κύριας κατοικίας

Το 40,1% δηλώνει ότι επισκευάσε την κατοικία του τελευταία φορά τους τελευταίους 12 μήνες. Στην πλειονότητά τους οι ερωτώμενοι (59,9%) δηλώνουν ότι τελευταία φορά που συντήρησαν την κατοικία τους ήταν τα τελευταία τρία ή περισσότερα από πέντε χρόνια. Πιο αναλυτικά, το 31,0% έχει περισσότερα από 5 χρόνια να προβεί σε εργασίες συντήρησης ενώ το 28,9% την έχει επισκευάσει τα τελευταία τρία χρόνια.

2.3. Τρόπος Θέρμανσης της κατοικίας σας

	ΤΕΛΕΥΤΑΙΟΙ 12 ΜΗΝΕΣ	ΠΡΙΝ 3 ΧΡΟΝΙΑ
ΚΑΥΣΤΗΡΑΣ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ	31,0%	42,53%
ΚΕΝΤΡΙΚΟ AIR CONDITION	13,2%	11,59%
ΚΑΥΣΤΗΡΑΣ ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ	11,1%	8,34%
ΤΖΑΚΙ	9,9%	8,23%
ΑΛΛΟ	8,0%	6,84%
ΗΛΕΚΤΡΙΚΗ ΣΟΜΠΑ	5,5%	3,48%
ΑΕΡΟΘΕΡΜΟ / ΘΕΡΜΟΠΟΜΠΟΣ	5,4%	5,79%
ΤΖΑΚΙ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ	5,0%	4,17%
ΞΥΛΟΣΟΜΠΑ	4,9%	4,29%
ΣΟΜΠΑ ΥΓΡΑΕΡΙΟΥ	2,5%	1,39%
ΣΟΜΠΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΟΥ	2,1%	2,32%
ΔΕΝ ΘΕΡΜΑΙΝΩ ΤΗΝ ΚΑΤΟΙΚΙΑ ΜΟΥ	1,6%	1,04%

INFOGRAPHIC 15: Τρόπος θέρμανσης κύριας κατοικίας

Τρόπος Θέρμανσης της κατοικίας σας			
	Τους τελευταίους 12 μήνες	Πριν από 3 χρόνια	Αυξομείωση
Σόμπα πετρελαίου	2,1%	2,32%	2,50%
Σόμπα υγραερίου	2,5%	1,39%	104,17%
Ξυλόσομπα	4,9%	4,29%	31,08%
Ηλεκτρική σόμπα	5,5%	3,48%	81,67%
Τζάκι	9,9%	8,23%	38,73%
Τζάκι ενεργειακό	5,0%	4,17%	37,50%
Καυστήρας πετρελαίου	31,0%	42,53%	-15,94%
Καυστήρας φυσικού αερίου	11,1%	8,34%	53,47%
Αερόθερμο/ Θερμοπομπός	5,4%	5,79%	7,00%
Κεντρικό air condition	13,2%	11,59%	31,50%
Δεν θερμαίνω την κατοικία μου	1,6%	1,04%	72,22%
Άλλο	8,0%	6,84%	34,75%
	100,0%	100,00%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 5: Τρόπος θέρμανσης κύριας κατοικίας

	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα						Γενικό Άθροισμα
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +	
Δεν θερμαίνω την κατοικία μου	53,3%	46,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 6: Θέρμανση κατοικίας σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα

	Αριθμός Τέκνων που διαβιούν μαζί σας						Γενικό Άθροισμα
	0	1	2	3	4	5	
Δεν θερμαίνω την κατοικία μου	53,3%	26,7%	13,3%	6,7%	0,0%	0,0%	100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 7: Θέρμανση κατοικίας σε σχέση με τον αριθμό τέκνων του νοικοκυριού

Οι καταναλωτές τον τελευταίο χρόνο έχουν επιλέξει για τρόπο θέρμανσης τον καυστήρα πετρελαίου (31%) ενώ πριν τρία χρόνια το ποσοστό αυτό ήταν εμφανώς μεγαλύτερο (42,53%). Δημοφιλέστεροι τρόποι θέρμανσης τους τελευταίους δώδεκα μήνες είναι επίσης το κεντρικό air condition (13,2%), ο καυστήρας φυσικού αερίου (11,1%) καθώς επίσης και το τζάκι (9,9%).

Συγκρίνοντας κανείς την συμπεριφορά των καταναλωτών πριν από 3 έτη και τους τελευταίους 12 μήνες θα προσέξει ότι διπλασιάστηκε σε προτίμηση η σόμπα υγραερίου και η ηλεκτρική σόμπα.

Ουσιαστικό προβληματισμό δημιουργεί η αύξηση κατά 72,22% των καταναλωτών που τον τελευταίο χρόνο έχουν επιλέξει να μη θερμαίνουν την κατοικία τους. Με μία πιο προσεκτική παρατήρηση, προκύπτει ότι, το σύνολο των νοικοκυριών που δηλώνουν ότι δε θερμαίνουν την κατοικία τους έχουν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€ - 2.000€ ενώ το 46,7% αυτών έχουν ένα έως τρία τέκνα να διαβιούν μαζί τους.

Στον αντίποδα, ενώ ο καυστήρας φυσικού αερίου έχει μεγαλύτερη απήχηση τον τελευταίο χρόνο (αύξηση 53,47%), μείωση παρατηρείται στον καυστήρα πετρελαίου (-15,94%) σε σύγκριση με τα προηγούμενα τρία έτη.

2.4. Το ετήσιο κόστος θέρμανσης



INFOGRAPHIC 16: Ετήσιο κόστος θέρμανσης

Το ετήσιο κόστος θέρμανσης				
	Τους τελευταίους 12 μήνες		Πριν από 3 χρόνια	Αυξομείωση
0€ - 300€	5,4%	0€ - 300€	10,29%	-47,73%
300€ - 500€	9,8%	300€ - 500€	19,65%	-50,00%
500€ - 700€	15,7%	500€ - 700€	22,69%	-30,93%
700€ - 1000€	20,1%	700€ - 1000€	22,34%	-9,95%
1000€ - 2000€	27,5%	1000€ - 2000€	17,89%	53,59%
2000€ - 3000€	15,1%	2000€ - 3000€	4,33%	248,65%
3000€ και άνω	6,4%	3000€ και άνω	2,81%	129,17%
	100,0%		100,00%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 8: Ετήσιο κόστος θέρμανσης

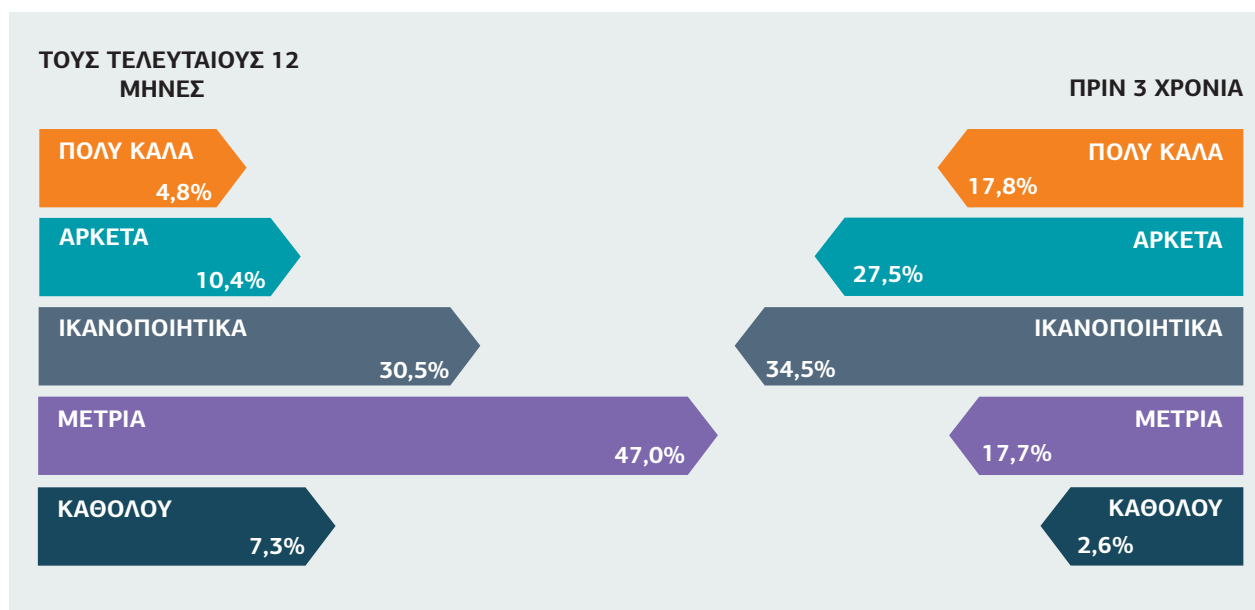
Όπως εύκολα γίνεται αντιληπτό, η δαπάνη της θέρμανσης αγγίζει το τελευταίο έτος τα 1000€-2000€ για τους περισσότερους (27,5%) όταν το μεγαλύτερο κόστος πριν από 3 έτη ανέρχονταν σε 500-700€ (22,7%).

Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετά νοικοκυριά δαπανούν 2000€ και άνω τους τελευταίους 12 μήνες (21,5%) όταν το αντίστοιχο ποσοστό καταναλωτών πριν 3 έτη ανέρχονταν σε 7,1%.

Με μία πιο λεπτομερή ματιά, το 49% των καταναλωτών σημειώνει πως το ετήσιο κόστος φέτος ανέρχεται σε 1000€ και άνω έναντι του 25% για πριν από τρία χρόνια, δηλαδή 95,79% αύξηση κόστους.

Αξιοπρόσεκπη είναι η κατά 129,17% αύξηση στη δαπάνη καυσίμων για όσους δαπανούν για θέρμανση ποσό 3000€ και άνω. Τέλος, μειωμένοι κατά το ήμισυ είναι όσοι δαπανούν φέτος σε σύγκριση με πριν από τρία χρόνια 0€-300€ (-47,73%) και 300€-500€ (-50,00%).

2.5. Θεωρείτε ότι θερμαίνετε την κατοικία σας:



INFOGRAPHIC 17: Θέρμανση της κύριας κατοικίας

2.5. Θεωρείτε ότι θερμαίνετε την κατοικία σας:				
	Τους τελευταίους 12 μήνες		Πριν από 3 χρόνια	Αυξομείωση
Καθόλου	7,3%	Καθόλου	2,6%	181,8%
Μέτρια	47,0%	Μέτρια	17,7%	166,2%
Ικανοποιητικά	30,5%	Ικανοποιητικά	34,5%	-11,5%
Αρκετά	10,4%	Αρκετά	27,5%	-62,1%
Πολύ καλά	4,8%	Πολύ καλά	17,8%	-73,0%
	100,0%		100,0%	

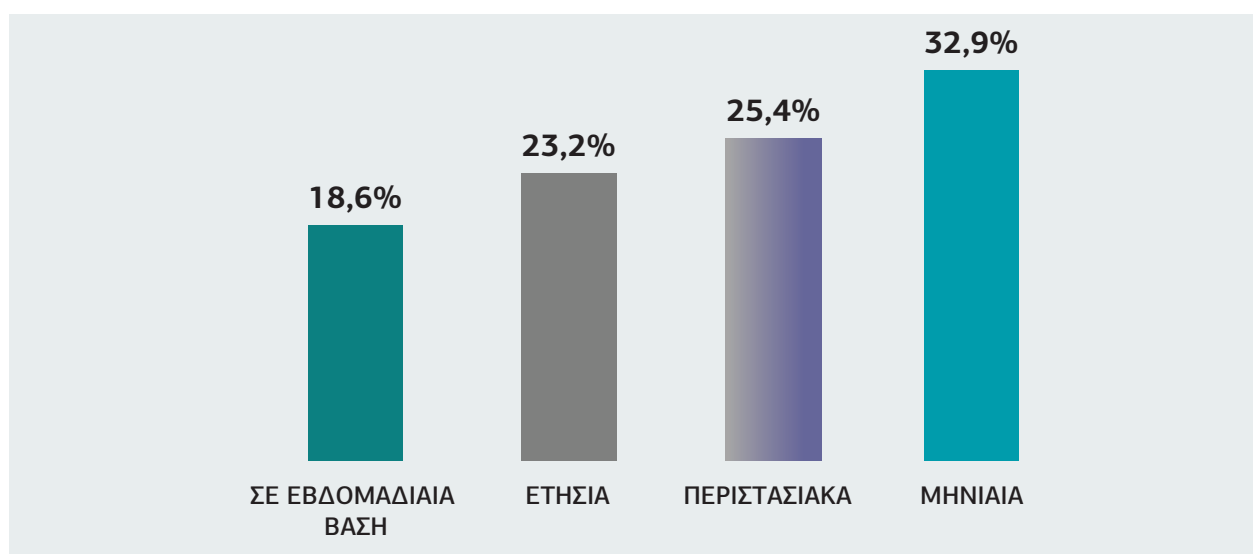
ΠΙΝΑΚΑΣ 9: Θέρμανση της κύριας κατοικίας

Τα ευρήματα της έρευνας καταδεικνύουν ότι ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές θερμαίνουν την κατοικία τους τελευταίους 12 μήνες μέτρια (47,0%) όταν το αντίστοιχο ποσοστό για πριν από τρία χρόνια ήταν 17,7%, δηλαδή σημειώνεται αύξηση των καταναλωτών που θερμαίνουν μέτρια την κατοικία τους κατά 166,2%.

Καταγράφεται σημαντική επίσης αύξηση των καταναλωτών κατά 181,8% που δηλώνουν ότι τους τελευταίους 12 μήνες δε θερμαίνουν την κατοικία τους καθόλου σε σύγκριση με πριν από 3 χρόνια.

Αντίστοιχα, μείωση παρουσιάζει και το ποσοστό των νοικοκυριών που θερμαινόταν ικανοποιητικά (από 34,5% πριν 3 χρόνια σε 30,5% τους τελευταίους 12 μήνες). Καταλήγοντας, μειώνεται το ποσοστό των καταναλωτών κατά -73,0% που φέτος θερμαίνουν την κατοικία τους πολύ καλά και κατά -62,1% όσων τη θερμαίνουν αρκετά.

2.6. Με τί συχνότητα προμηθεύεστε το καύσιμό σας;



INFOGRAPHIC 18: Συχνότητα προμήθειας καυσίμου

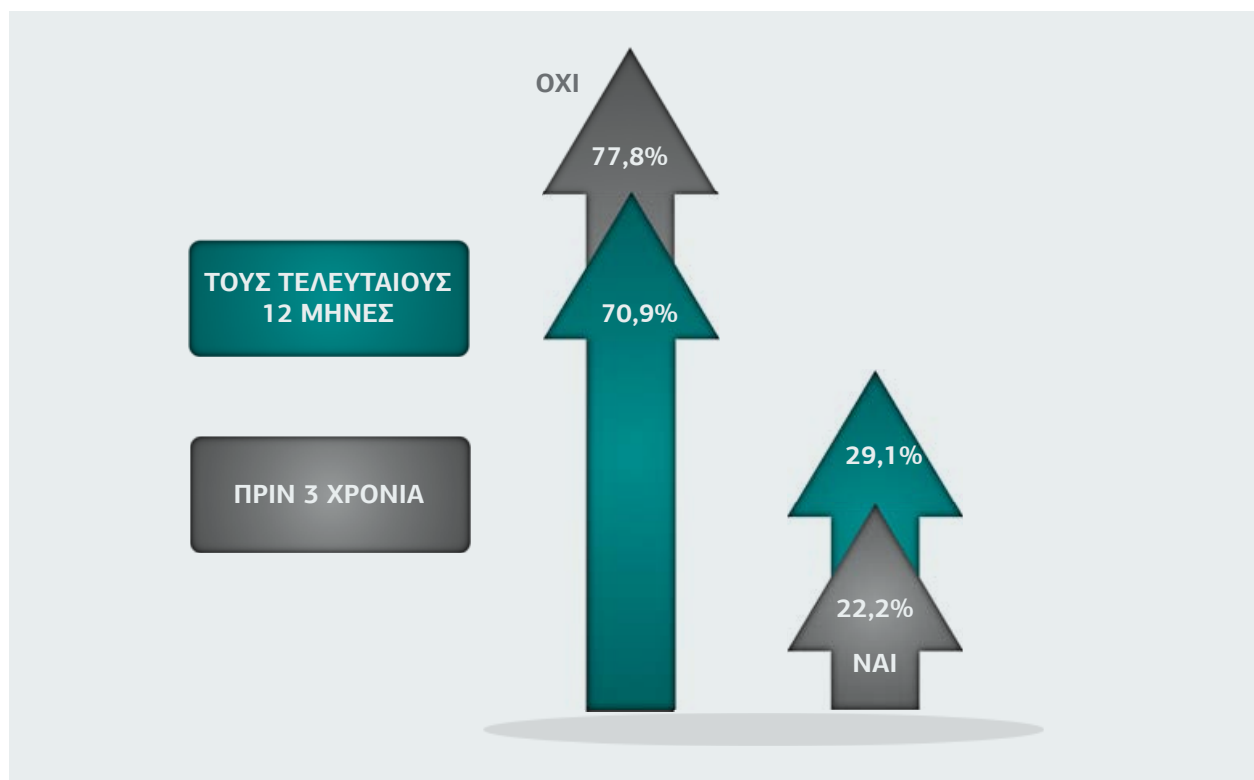
Συχνότητα προμήθειας καυσίμου	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα						Γενικό Άθροισμα
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +	
Ετήσια	4,9%	10,9%	4,3%	1,6%	0,2%	1,2%	23,2%
Μηνιαία	9,0%	12,5%	6,0%	1,6%	1,1%	2,7%	32,9%
Περιστασιακά	7,6%	10,8%	3,9%	2,0%	0,5%	0,7%	25,4%
Σε εβδομαδιαία βάση	6,4%	8,0%	3,3%	0,2%	0,2%	0,5%	18,6%
Γενικό Άθροισμα							100,0%

ΠΙΝΑΚΑΣ 10: Συχνότητα προμήθειας καυσίμου σε σχέση με το οικογενειακό εισόδημα

Στην ερώτηση με τί συχνότητα προμηθεύεστε το καύσιμό σας, μηνιαία απάντησε το 32,9% και αποτελεί και τη δημοφιλέστερη απάντηση. Στη συνέχεια ακολουθούν με ποσοστό 25,4% οι καταναλωτές που το προμηθεύονται περιστασιακά και αμέσως μετά το 23,2% σε ετήσια βάση. Τέλος, εβδομαδιαίως δηλώνει το 18,6%.

Εξετάζοντας όμως το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα του κάθε νοικοκυριού σε συσχέτιση με τη συχνότητα προμήθειας καυσίμου, παρατηρείται ότι κατά κύριο λόγο, οι καταναλωτές με εισόδημα έως 2000€ είναι όσοι προμηθεύονται καύσιμο σε εβδομαδιαία βάση, περιστασιακά και μηνιαία (54,3%).

2.7. Έχετε λάβει επίδομα θέρμανσης;



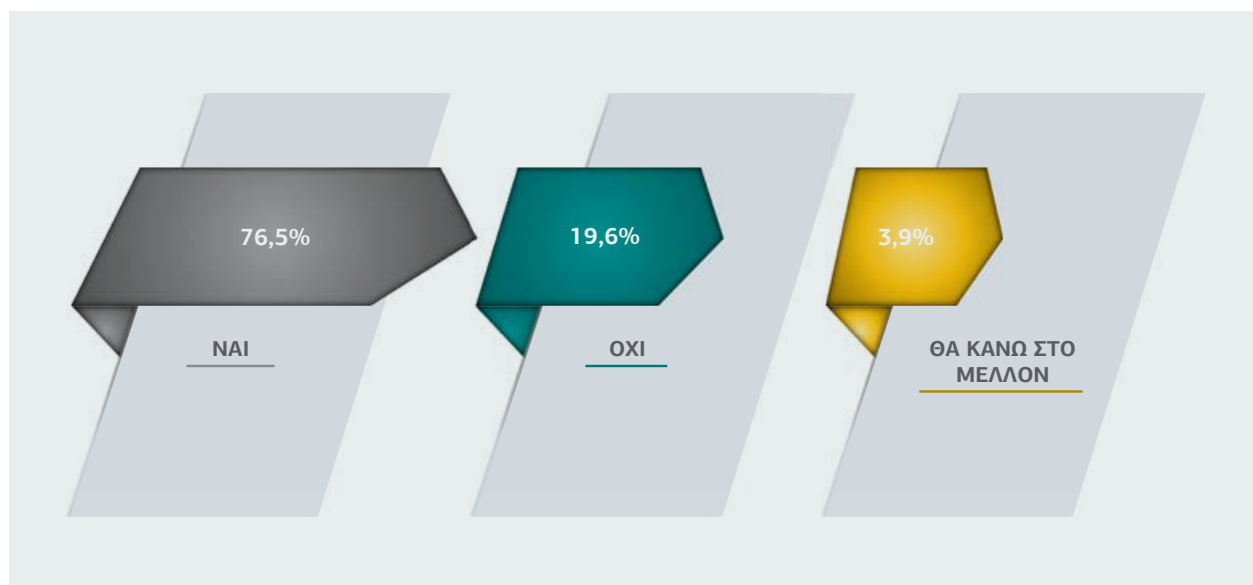
INFOGRAPHIC 19: Επίδομα θέρμανσης

2.7. Έχετε λάβει επίδομα θέρμανσης;				
	Τους τελευταίους 12 μήνες		Πριν από 3 χρόνια	
Ναι	29,1%	Ναι	22,2%	31,05%
Όχι	70,9%	Όχι	77,8%	-8,87%
	100,0%		100,0%	

ΠΙΝΑΚΑΣ 11: Επίδομα θέρμανσης

Η πλειοψηφία των καταναλωτών και μάλιστα σε ποσοστό 70,9% δεν έχει λάβει επίδομα θέρμανσης τους τελευταίους δώδεκα μήνες. Αισιόδοξο εύρημα αποτελεί ότι οι περισσότεροι καταναλωτές, και συγκεκριμένα 31,05% περισσότεροι σε σύγκριση με πριν από τρία χρόνια, δηλώνουν πως λαμβάνουν επίδομα θέρμανσης τους τελευταίους 12 μήνες (29,1%).

2.8. Έχετε κάνει προσπάθειες εξοικονόμησης;



INFOGRAPHIC 20: Εξοικονόμηση ενέργειας

Εντυπωσιακά αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι δηλώνουν ότι έχουν προβεί σε ενέργειες εξοικονόμησης ενέργειας (76,5%) ενώ το 3,9% θα προβεί σε αντίστοιχες προσπάθειες.

Το 19,6% των καταναλωτών απαντούν αρνητικά.

2.9. Τί είδους εξοικονόμηση πραγματοποιήσατε;



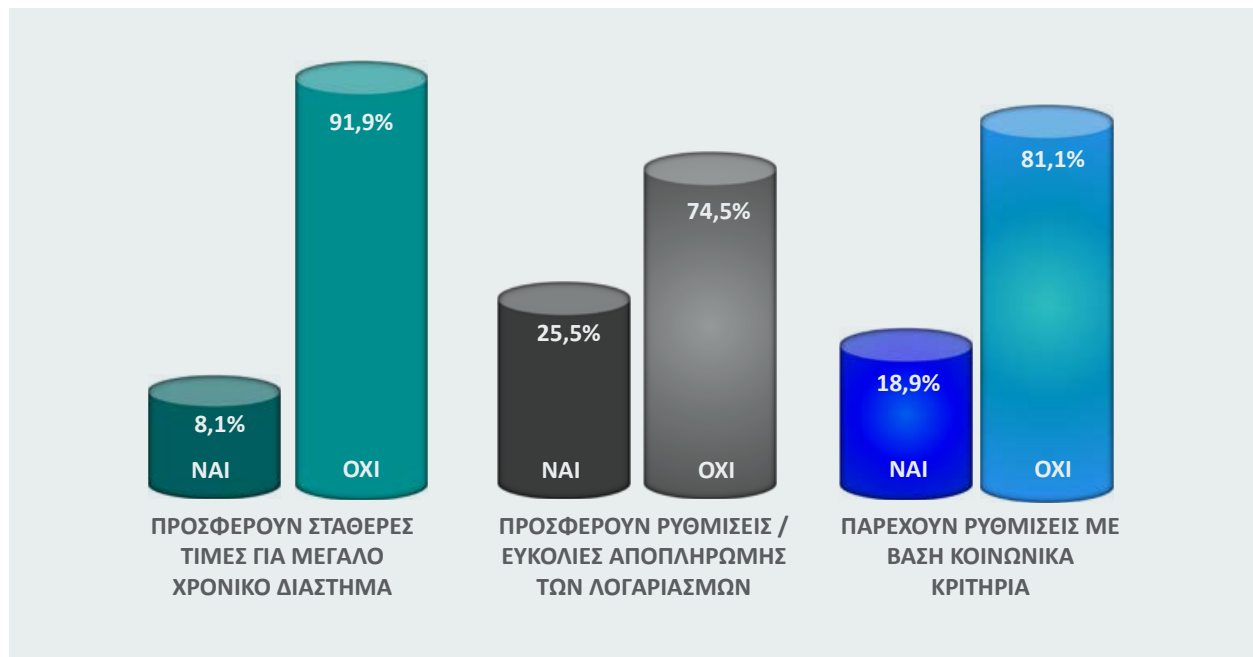
INFOGRAPHIC 21: Είδη εξοικονόμησης ενέργειας

Περίπου 1 στους 4 καταναλωτές δεν έχει κάνει καμία ενέργεια εξοικονόμησης (23,5%). Στον αντίποδα, αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι έχουν αντικαταστήσει τις οικιακές τους συσκευές με συσκευές χαμηλής κατανάλωσης (13,4%), έχουν τοποθετήσει ηλιακό θερμοσίφωνα (13,2%) και έχουν αναζητήσει νέους παρόχους ηλεκτρισμού και φυσικού αερίου (10,3%). Σε αλλαγή κουφωμάτων έχει προχωρήσει μόλις το 8,1% και σε αλλαγή τύπου καυσίμου το 8,0%.

Λιγότεροι καταναλωτές προχώρησαν σε μόνωση εξωτερικών τοίχων (7,6%), μόνωση ταράτσας (6,7%) και ένταξη στο πρόγραμμα «Εξοικονομώ» (6,5%).

Αξιοσημείωτα μικρό ποσοστό καταναλωτών αναζήτησε νέες μορφές ανανεώσιμης ενέργειας (1,7%) και τοποθέτηση φωτοβολταϊκών (1,0%).

2.10. Θεωρείτε ότι οι εταιρίες ενέργειας:



INFOGRAPHIC 22: Προσφορές εταιριών ενέργειας

Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών θεωρεί ότι οι εταιρείες ενέργειας δεν προσφέρουν σταθερές τιμές για μεγάλο χρονικό διάστημα (91,9%), δεν προσφέρουν ρυθμίσεις/ ευκολίες αποπληρωμής των λογαριασμών (74,5%), ενώ τέλος δεν παρέχουν ρυθμίσεις με βάση κοινωνικά κριτήρια (81,1%)

2.11. Τρόποι αντιμετώπισης της ακρίβειας τους τελευταίους 6 μήνες

	ΠΟΤΕ	ΣΠΑΝΙΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ	ΣΥΧΝΑ	ΠΑΝΤΑ
Μειώσατε το ποσοστό θέρμανσης της κατοικίας σας	5,7%	7,5%	32,2%	37,4%	17,2%
Φοράτε περισσότερα ρούχα αντί να ανάβετε τη θέρμανση	7,6%	10,6%	27,3%	32,3%	22,2%
Κάνετε χρήση ηλεκτρικών κουβερτών αντί να ανάβετε τη θέρμανση	56,3%	8,7%	11,6%	13,3%	10,2%
Χαμηλώνετε/ Κλείνετε τη θέρμανση τις νυχτερινές ώρες του ύπνου	5,6%	3,0%	9,2%	16,3%	65,8%
Χαμηλώνετε/ Κλείνετε τη θέρμανση όταν απουσιάζετε	3,0%	2,9%	5,7%	8,9%	79,4%
Κλείνετε τη θέρμανση σε χώρους της κατοικίας που δεν χρησιμοποιούνται	21,1%	7,0%	9,7%	9,8%	52,4%
Κλείνετε τα παράθυρα για να διατηρηθεί η θερμοκρασία της κατοικίας	2,2%	1,3%	6,0%	15,1%	75,4%
Μειώσατε τις φορές που κάνετε μπάνιο	43,7%	16,3%	21,9%	13,1%	5,0%
Προτιμάτε ένα γρήγορο ντους αντί για μπάνιο	19,2%	7,4%	20,5%	23,2%	29,8%
Μαγειρεύετε με κλειστό καπάκι στις κατσαρόλες	1,9%	3,3%	18,0%	24,8%	52,0%
Μαγειρεύετε λιγότερα γεύματα στον φούρνο της ηλεκτρικής κουζίνας	13,0%	12,6%	28,2%	30,4%	15,8%
Μειώσατε το καθημερινό μαγείρεμα	27,1%	15,9%	26,0%	21,3%	9,7%
Βάζετε πλυντήριο πιάτων/ρούχων μόνο όταν είναι γεμάτο	6,0%	3,2%	7,5%	16,8%	66,5%
Μειώσατε το σιδέρωμα των ρούχων	16,6%	9,6%	22,3%	27,0%	24,4%
Πλένετε τα πιάτα στο χέρι αντί για το πλυντήριο πιάτων	12,2%	8,4%	18,7%	14,3%	46,4%
Χρησιμοποιείτε πρόγραμμα εξοικονόμησης ενέργειας στο πλυντήριο πιάτων	22,8%	3,9%	10,2%	13,7%	49,5%
Πλένετε τα ρούχα σε πρόγραμμα 40 βαθμών αντί των 60	4,1%	5,8%	15,3%	28,0%	46,8%
Χρησιμοποιείτε απλώςτρα ρούχων αντί για στεγνωτήριο	3,6%	1,9%	8,2%	10,8%	75,6%
Σβήνετε τις τηλεοράσεις και άλλες συσκευές όταν δεν χρησιμοποιούνται	2,8%	3,7%	9,2%	15,6%	68,7%
Σβήνετε τα φώτα όταν δεν είναι αναγκαία	0,6%	0,9%	4,9%	15,2%	78,4%

INFOGRAPHIC 23: Τρόποι αντιμετώπισης της ακρίβειας τους τελευταίους 6 μήνες

Οι καταναλωτές που μείωσαν το ποσοστό θέρμανσης της κατοικίας τους σε μεγάλο βαθμό αποτελούν το 86,8% οι οποίοι δηλώνουν μερικές φορές, συχνά και πάντα. Για να αποφύγουν τη δαπάνη της θέρμανσης επιλέγουν να φορούν περισσότερα ρούχα αντί να ανάβουν τη θέρμανση σε 81,8% δηλώνουν μερικές φορές, συχνά και πάντα.

Μερικές φορές, συχνά και πάντα το 91,3% χαμηλώνει ή κλείνει τη θέρμανση τις νυχτερινές ώρες του ύπνου ενώ η πλειονότητα δεν επιλέγει τη χρήση ηλεκτρικής κουβέρτας (65% δηλώνει ποτέ και σπάνια).

Το 94%, μερικές φορές, συχνά και πάντα χαμηλώνει ή κλείνει τη θέρμανση όταν απουσιάζει και ομοίως το 71,9% κλείνει τη θέρμανση σε χώρους της κατοικίας που δεν χρησιμοποιούνται και τα παράθυρα για να διατηρηθεί η θερμοκρασία της κατοικίας (96,5%).

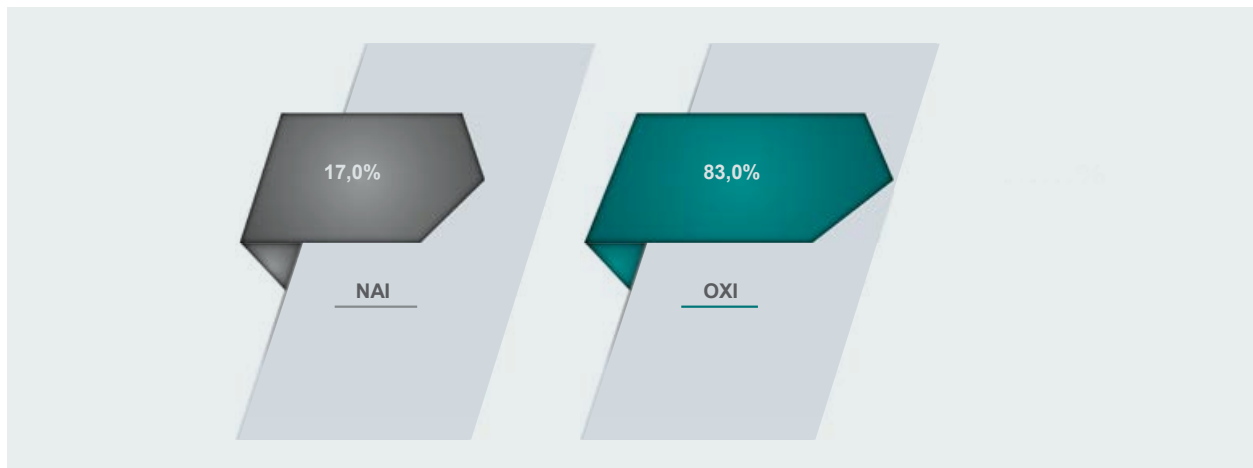
Η πλειοψηφία δεν δείχνει τάση να μειώσει τις φορές που κάνει μπάνιο (ποτέ και σπάνια 60%) αλλά σε αξιοσημείωτο ποσοστό (40%), οι καταναλωτές το επιλέγουν μερικές φορές, συχνά και πάντα. Δεν παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο όμως για κάποιους οι οποίοι καταγράφουν ότι στην πλειονότητά τους προτιμούν ένα γρήγορο ντους αντί για μπάνιο (73,5% μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Αναφορικά με το μαγείρεμα, η συντριπτική πλειοψηφία σημειώνει πως μαγειρεύει με κλειστό καπάκι (94,8% μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ δηλώνουν ότι αποφεύγουν τη χρήση του φούρνου της ηλεκτρικής κουζίνας (74,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Δεν είναι μικρό όμως και το ποσοστό όσων μείωσαν και το καθημερινό μαγείρεμα (57% μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Εξοικονόμηση πραγματοποιούν και κατά τη χρήση του πλυντηρίου πιάτων και ρούχων αφού 90,8% το θέτουν σε λειτουργία μόνο όταν γεμίσει (μερικές φορές, συχνά και πάντα). Στην ίδια λογική, μείωσαν και το σιδέρωμα ρούχων (73,7% μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ επιλέγουν να πλένουν τα πιάτα στο χέρι για να αποφύγουν τη χρήση του πλυντηρίου πιάτων (79,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Πρόγραμμα εξοικονόμησης ενέργειας πλυντηρίου πιάτων χρησιμοποιεί το 73,4% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) και με λιγότερους βαθμούς λειτουργούν πρόγραμμα πλυντηρίου ρούχων (90,1% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Επίσης, την προτίμησή του στην απλώστρα ρούχων αντί για στεγνωτήριο δηλώνει το 94,6% των καταναλωτών (μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Τέλος, οι καταναλωτές έχουν την τάση να σβήνουν τις τηλεοράσεις και άλλες συσκευές όταν δεν χρησιμοποιούνται σε ποσοστό 93,5% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) και να σβήνουν τα φώτα όταν δεν είναι αναγκαία 98,5% (μερικές φορές, συχνά και πάντα).

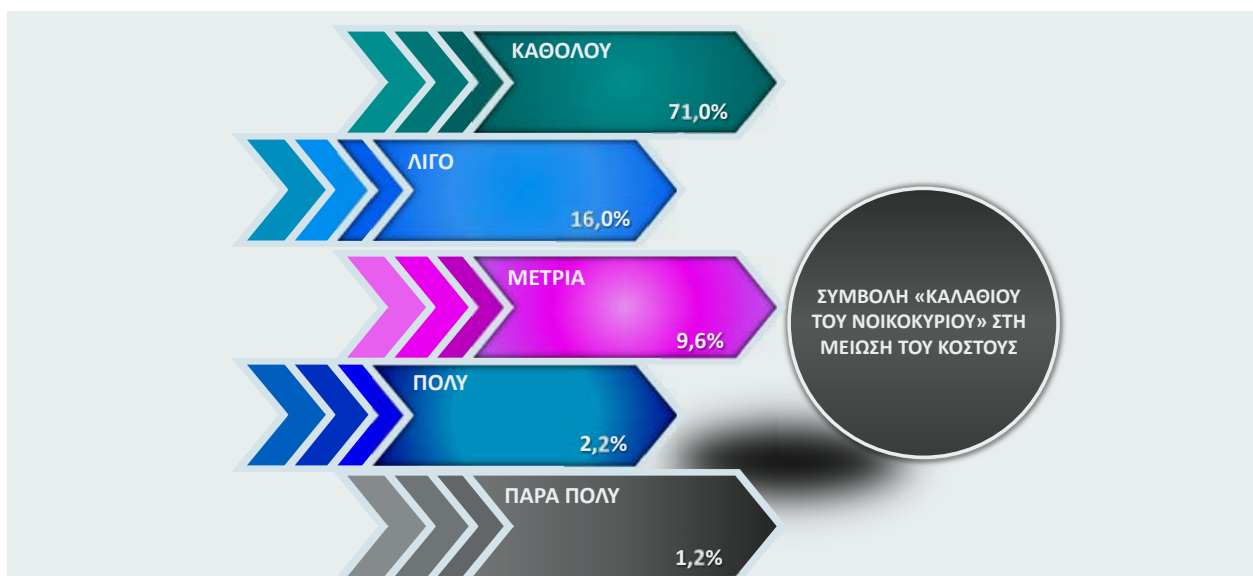
2.12. Κάνετε αγορές από το «καλάθι του νοικοκυριού»;



INFOGRAPHIC 24: Αγορές από το καλάθι του νοικοκυριού

Στην ερώτηση αν πραγματοποιούν αγορές από το καλάθι του νοικοκυριού, η συντριπτική πλειοψηφία απαντά αρνητικά (83%).

2.13. Πόσο θεωρείτε ότι το «καλάθι του νοικοκυριού» συμβάλλει στη μείωση του κόστους τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης του νοικοκυριού σας;



INFOGRAPHIC 25: Συμβολή «καλαθιού του νοικοκυριού»

Οι καταναλωτές σημειώνουν ότι το καλάθι του νοικοκυριού δε συμβάλλει καθόλου στη μείωση κόστους τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης του νοικοκυριού τους (71,0%). Λίγο συμβάλλει απαντά το 16,0% και μέτρια το 9,6%. Ωστόσο, ένα μικρό ποσοστό θεωρεί ότι το καλάθι του νοικοκυριού συμβάλλει πολύ (2,2%) και πάρα πολύ μόλις το 1,2%.

3. Οικογενειακός Προϋπολογισμός

3.1. Ποια ανάγκη θεωρείτε πιο σημαντική για να καλύψετε από τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό;

	ΚΑΘΟΛΟΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΜΕΤΡΙΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ
Ενοίκιο / δάνειο κατοικίας	27,4%	2,6%	5,7%	10,4%	53,9%
Θέρμανση	3,5%	5,0%	14,7%	22,5%	54,3%
Μετακίνηση	5,5%	12,4%	25,4%	25,8%	30,9%
Τρόφιμα	2,9%	1,8%	5,5%	16,6%	73,2%
Εκπαίδευση	12,3%	6,7%	17,1%	20,6%	43,4%
Ψυχαγωγία	25,0%	23,4%	29,0%	13,1%	9,5%
Ιατρική Περίθαλψη	3,9%	4,6%	11,8%	20,0%	59,8%
Λοιπές δανειακές υποχρεώσεις	23,4%	8,0%	21,6%	17,3%	29,7%
Προσωπική φροντίδα	15,9%	20,5%	33,8%	17,1%	12,7%
Τηλεπικοινωνίες	8,2%	17,8%	37,0%	22,8%	14,3%
Ένδυση / υπόδηση	15,4%	24,2%	36,5%	14,7%	9,1%
Έκτακτες ανάγκες	6,2%	11,9%	32,6%	21,3%	28,0%
Άλλες υπηρεσίες	20,4%	18,9%	37,4%	13,2%	10,1%

INFOGRAPHIC 26: Σημαντικότητα αναγκών

Από τον οικογενειακό τους προϋπολογισμό οι καταναλωτές θεωρούν πρωταρχική τους ανάγκη να καλύψουν το κόστος των τροφίμων (73,2%). Δευτερεύουσα αλλά εξίσου σημαντική ανάγκη θεωρούν την κάλυψη του κόστους ιατρικής περίθαλψης (59,8%), στη συνέχεια της θέρμανσης (54,3%) και τέλος του ενοικίου/ δανείου κατοικίας (53,9%).

Λιγότεροι καταναλωτές αξιολογούν ως πάρα πολύ σημαντικές τις ανάγκες εκπαίδευσης (43,4%), μετακίνησης (30,9%) και λοιπών δανειακών υποχρεώσεων (29,7%).

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η ψυχαγωγία για τους περισσότερους είναι από καθόλου έως

μέτρια σημαντική (77,4%) όπως, ομοίως, η προσωπική φροντίδα (70,2%) και η ένδυση (76,10%). Η πλειονότητα επίσης (56,7%) σημειώνει ότι η μετακίνηση είναι πολύ έως και πάρα πολύ σημαντική όταν αντίποδα, οι τηλεπικοινωνίες θεωρούνται καθόλου, λίγο έως και μέτρια αναγκαίες (63%).

3.2. Ποια κατηγορία δαπανών έχει επιβαρυνθεί περισσότερο τον τελευταίο χρόνο;



INFOGRAPHIC 27: Επιβαρύνσεις δωδεκαμήνου

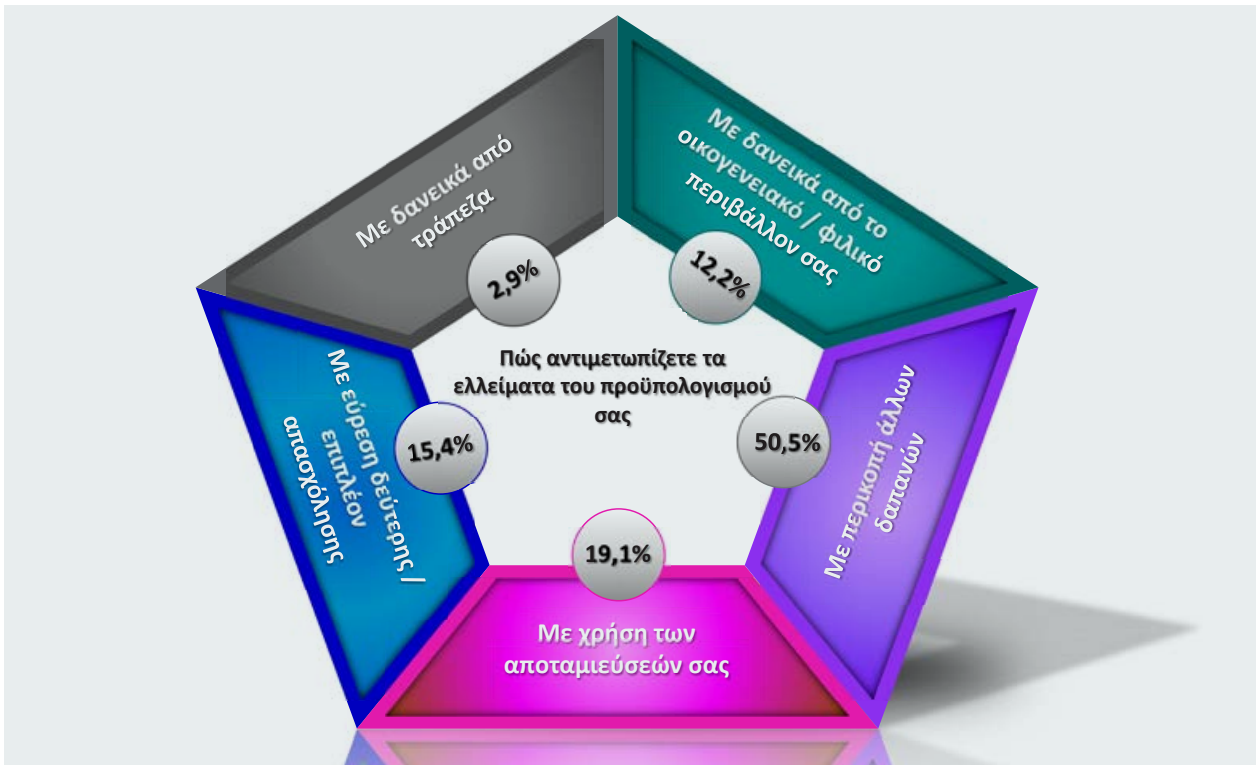
Σημαντική επιβάρυνση στις τιμές εντοπίζουν οι περισσότεροι καταναλωτές κυρίως στα τρόφιμα (87,78%) αλλά και στη θέρμανση (79,82%). Κατόπιν η κατηγορία δαπανών που σημειώνει αύξηση τον τελευταίο χρόνο αξιολογούν πως είναι η μετακίνηση με Ι.Χ. (66,61%) και τα λοιπά βασικά είδη πρώτης ανάγκης (54,09%).

Αξιόλογο ποσοστό δηλώνει οικονομική επιβάρυνση και στην ιατρική περίθαλψη (42,75%) καθώς επίσης και στο κόστος των ενοικίων / ή του δανείου της κατοικίας τους (30,70%).

Οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι αυξήσεις έχουν επιβαρυνθεί και σε άλλες κατηγορίες όπως για παράδειγμα δηλώνουν σε ποσοστό 28,83% για την κατηγορία της ένδυσης και υπόδησης και 24,15% για την κατηγορία της εκπαίδευσης και των έκτακτων αναγκών επίσης.

Σε μικρότερο ποσοστό εντοπίζουν αυξήσεις σε κατηγορίες όπως οι τηλεπικοινωνίες (22,75%), η ψυχαγωγία (21,93%) και η προσωπική φροντίδα (21,58%).

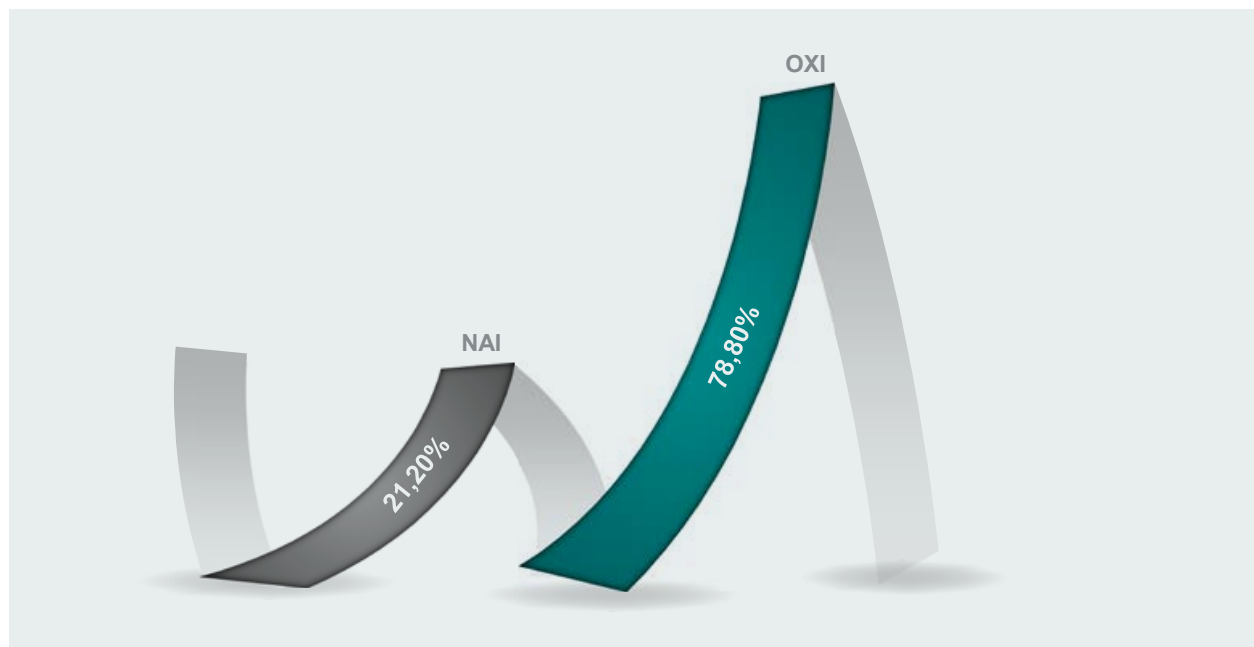
3.3. Πως αντιμετωπίζετε τα ελλείμματα του προϋπολογισμού σας;



INFOGRAPHIC 28: Αντιμέτωση ελλειμμάτων οικογενειακού προϋπολογισμού

Προκειμένου να αποσαφηνιστεί περισσότερο η οικονομική επιβάρυνση του οικογενειακού προϋπολογισμού, ζητήθηκε από τους καταναλωτές να αναφερθούν στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν τα ελλείμματα του προϋπολογισμού τους. Ως πρώτη λύση καταγράφεται η περικοπή άλλων δαπανών (50,5%) και ακολουθεί η χρήση των αποταμιεύσεών τους (19,1%). Την εύρεση δεύτερης απασχόλησης επιλέγει το 15,4% ενώ τον δανεισμό από το οικογενειακό / φιλικό περιβάλλον το 12,2%. Τέλος, και σε πολύ μικρό βαθμό, τον δανεισμό από πιστωτικό ίδρυμα (2,9%).

3.4. Διαθέτετε αποταμιεύσεις που θα μπορούσαν να σας βοηθήσουν να ξεπεράσετε το κόστος των αυξήσεων;



INFOGRAPHIC 29: Διαθέσιμα αποταμιεύσεων

Διάθεση Αποταμιεύσεων	Επαγγελματική Κατάσταση								
	Άνεργος	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Οικιακά	Συνταξιούχος	Φοιτητής	Γενικό Άθροισμα
Ναι	1,17%	6,20%	2,69%	0,47%	7,84%	0,12%	2,22%	0,47%	21,17%
Όχι	9,24%	23,63%	6,78%	0,82%	31,23%	1,99%	4,44%	0,70%	78,83%
Γενικό Άθροισμα									100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 12: Διαθέσιμα αποταμιεύσεων σε σχέση με την επαγγελματική κατάσταση

Οι καταναλωτές δηλώνουν ότι δεν διαθέτουν αποταμιεύσεις που θα μπορούσαν να τους βοηθήσουν να ξεπεράσουν το κόστος των αυξήσεων (78,8%).

Σημειώνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών (54,86%) που δεν διαθέτουν αποταμιεύσεις δηλώνουν ιδιωτικοί υπάλληλοι (31,23%) και δημόσιοι υπάλληλοι το 23,63%.

3.5. Διαθέτει πιστωτική κάρτα έστω και ένα μέλος του νοικοκυριού σας;



INFOGRAPHIC 30: Κατοχή πιστωτικής κάρτας

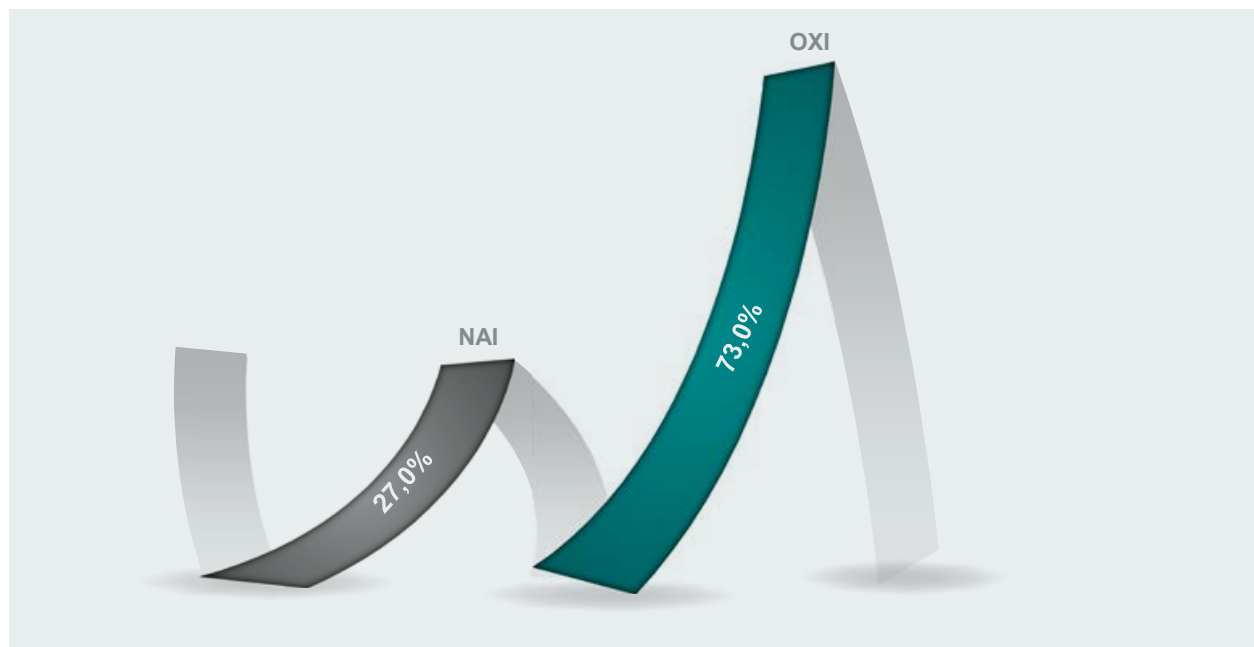
Κάτοχοι Πιστωτικής Κάρτας	Οικογενειακή Κατάσταση					Γενικό Άθροισμα
	Άγαμος/η	Άλλο	Διαζευγμένος/η	Έγγαμος/η	Χήρος/α	
Ναι	20,00%	0,28%	8,06%	70,56%	1,11%	100,00%
Όχι	30,10%	0,20%	9,70%	56,97%	3,03%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 13: Κατοχή πιστωτικής κάρτας σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση

Από την ερώτηση προκύπτει ότι οι περισσότεροι καταναλωτές δεν διαθέτουν πιστωτική κάρτα (57,9%) σε αντίθεση με το υπόλοιπο 42,1% που απαντά καταφατικά.

Αξιοπρόσεκτο συμπέρασμα είναι το γεγονός ότι από τους καταναλωτές που διαθέτουν πιστωτική κάρτα οι περισσότεροι είναι έγγαμοι (70,56%) σε αντιπαράθεση με τους άγαμους που κατέχει κάρτα το 20%.

3.6. Χρησιμοποιείτε την πιστωτική κάρτα για να καλύψετε κόστη προϊόντων βασικής ανάγκης (τρόφιμα, καύσιμα κ.λπ.);



INFOGRAPHIC 31: Χρήση πιστωτικής κάρτας

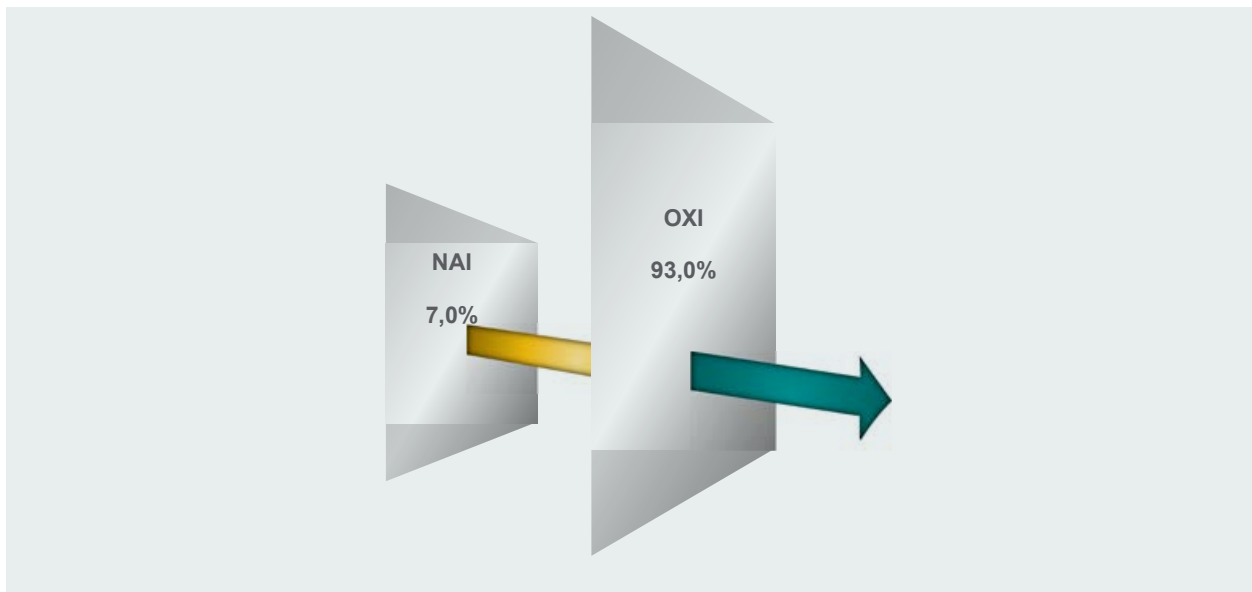
Χρήση πιστωτικής κάρτας για κάλυψη κόστους προϊόντων βασικής ανάγκης	Οικογενειακή Κατάσταση					Γενικό Άθροισμα
	Άγαμος/η	Άλλο	Διαζευγμένος/η	Έγγαμος/η	Χήρος/α	
Ναι	20,78%	0,43%	7,79%	69,26%	1,73%	100,00%
Όχι	27,72%	0,16%	9,46%	60,26%	2,40%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 14: Πιστωτική κάρτα και οικογενειακή κατάσταση

Οι καταναλωτές σε ποσοστό 27% δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν πιστωτική κάρτα για να καλύψουν κόστη προϊόντων βασικής ανάγκης (τρόφιμα, καύσιμα), σε αντίθεση με το 73,00% οι οποίοι ενώ έχουν στην κατοχή τους πιστωτική κάρτα δεν τη χρησιμοποιούν για αντίστοιχες δαπάνες.

Την αγορά προϊόντων βασικής ανάγκης καλύπτουν με τη χρήση πιστωτικής κάρτας σε εντυπωσιακό ποσοστό οι έγγαμοι (69,26%) και με μεγάλη απόκλιση ακολουθούν οι άγαμοι (20,78%).

3.7. Έχει κάνει αίτηση για έκδοση πιστωτικής κάρτας τους τελευταίους 6 μήνες κάποιο μέλος από το νοικοκυριό σας για να καλύψει κόστος προϊόντων βασικής ανάγκης (τρόφιμα, καύσιμα κ.λπ.);



INFOGRAPHIC 32: Αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας

Η συντριπτική πλειονότητα των καταναλωτών δεν έχει προβεί σε αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας για την κάλυψη του κόστους προϊόντων βασικής ανάγκης (93,0%). Μόλις το 7,0% έχει αιτηθεί την έκδοση πιστωτικής κάρτας για την αγορά τροφίμων, προμήθειας καυσίμου κλπ.

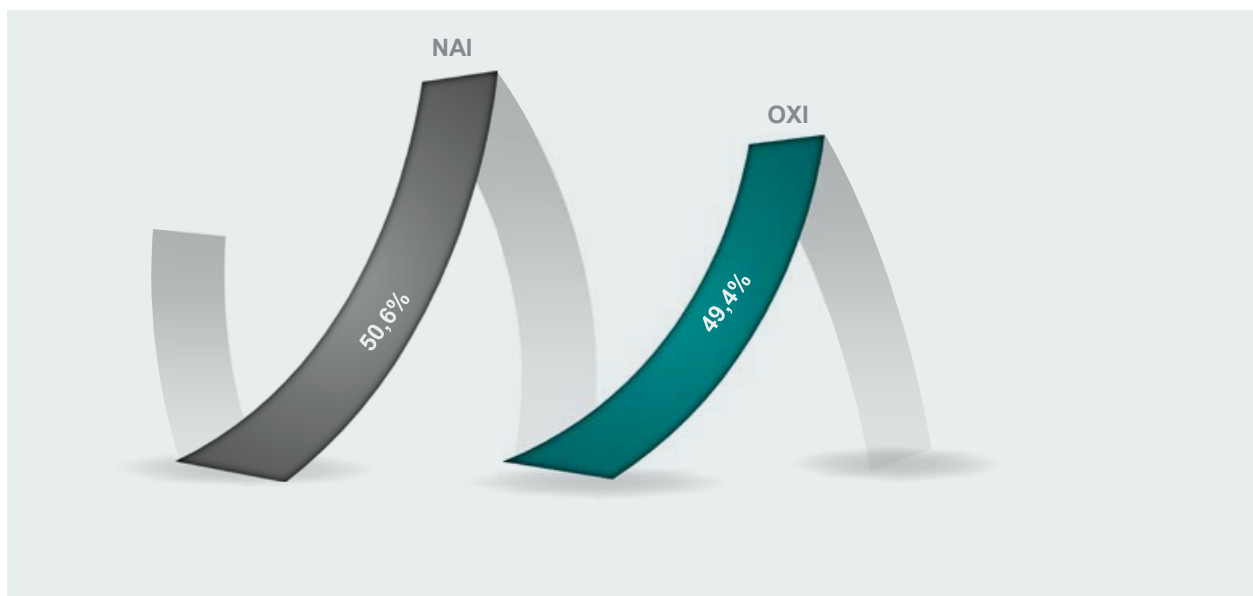
3.8. Έχετε κάνει αίτηση για έκδοση καταναλωτικού δανείου τους τελευταίους 6 μήνες για την κάλυψη κάποιας έκτακτης ανάγκης;



INFOGRAPHIC 33: Αίτηση έκδοσης καταναλωτικού δανείου

Τον ίδιο ακριβώς προσανατολισμό ακολουθεί το 93,0% των καταναλωτών που δεν έχει προβεί σε αίτηση έκδοσης καταναλωτικού δανείου για την κάλυψη κάποιας έκτακτης ανάγκης.

3.9. Τους τελευταίους 6 μήνες, έχετε υποστηρίξει οικονομικά, μέλη του οικογενειακού/ φιλικού σας περιβάλλοντος;



INFOGRAPHIC 34: Στήριξη οικογένειας

Σχεδόν μοιρασμένοι είναι οι καταναλωτές αναφορικά με την οικονομική ενίσχυση μελών του οικογενειακού/ φιλικού τους περιβάλλοντος.

Βασικό όμως συμπέρασμα που προκύπτει είναι πως ένας στους δύο καταναλωτές έχει υποστηρίξει οικονομικά κάποιον συγγενή και φίλο.

3.10. Ποιες από τις παρακάτω δαπάνες έχετε περικόψει τους τελευταίους 12 μήνες για να ανταπεξέλθετε στις ανατιμήσεις προϊόντων και ενέργειας;

	ΠΟΤΕ	ΣΠΑΝΙΑ	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ	ΣΥΧΝΑ	ΠΑΝΤΑ
Ενοίκιο/Δάνειο κατοικίας	71,2%	9,5%	8,7%	4,0%	6,7%
Θέρμανση	20,2%	13,8%	33,9%	24,0%	8,1%
Μετακίνηση με Ι.Χ.	11,3%	11,3%	33,3%	35,1%	8,9%
Τρόφιμα	23,7%	20,7%	33,6%	18,1%	3,9%
Λοιπά βασικά είδη πρώτης ανάγκης	15,8%	19,2%	37,0%	21,1%	7,0%
Φροντιστήρια παιδιών (Ξένες Γλώσσες, Μελέτης κα)	50,3%	13,5%	16,3%	7,3%	12,7%
Εξωσχολικές Δραστηριότητες παιδιών (Αθλητικές, Ψυχαγωγικές)	35,0%	12,4%	20,5%	15,9%	16,3%
Ψυχαγωγία	5,5%	5,1%	26,3%	32,9%	30,2%
Ιατρική Περίθαλψη	34,9%	15,4%	31,2%	13,6%	4,9%
Λοιπές Οφειλές σε τράπεζες	50,2%	11,3%	21,1%	9,0%	8,4%
Οφειλές σε ΔΕΚΟ	50,9%	13,5%	22,3%	8,3%	5,0%
Προσωπική Φροντίδα	6,8%	9,7%	32,4%	29,2%	21,9%
Ένδυση/ Υπόδηση	4,3%	5,3%	31,0%	40,6%	18,8%
Άλλες αγορές αγαθών/ υπηρεσιών	3,9%	6,5%	33,0%	38,6%	18,0%

INFOGRAPHIC 35: Περικοπή δαπανών

Ενήμεροι με το ενοίκιο και το στεγαστικό δάνειο της κατοικίας τους δείχνουν να είναι οι καταναλωτές αφού δεν περικόπτουν ποτέ την πληρωμή τους παρά την ανατίμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών ενέργειας (80,7% δηλώνει ποτέ και σπάνια). Δεν συμβαίνει το ίδιο με τη θέρμανση αφού την έχουν μειώσει μερικές φορές, συχνά και πάντα δηλώνει το 66,00%.

Στην ίδια λογική, οι καταναλωτές μείωσαν και τη μετακίνηση με Ι.Χ. 77,3% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ ιδιαίτερα σημαντικό ποσοστό μείωσε και την αγορά τροφίμων και τα λοιπά βασικά είδη πρώτης ανάγκης (55,6% και 65,1% αντίστοιχα μερικές φορές, συχνά και πάντα).

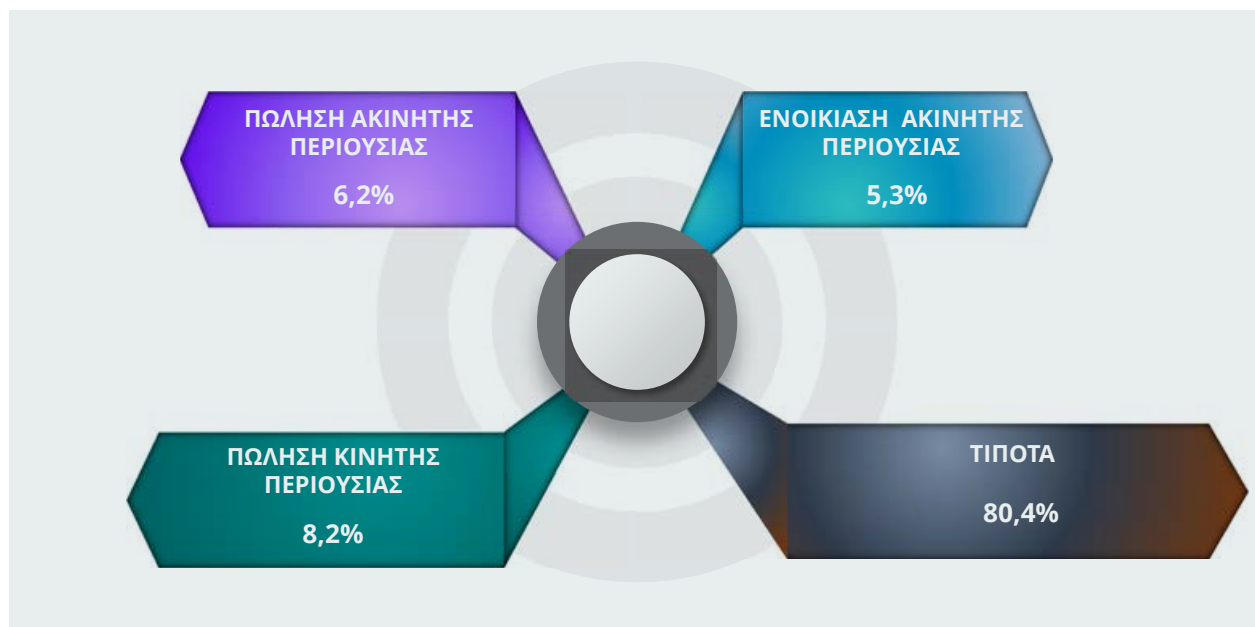
Το μεγαλύτερο ποσοστό (63,8%) των ερωτώμενων δεν προχώρησε σε κάποια περικοπή στα φροντιστήρια των παιδιών (ποτέ και σπάνια) ενώ σχεδόν μοιρασμένοι αποτυπώνονται για τις εξωσχολικές δραστηριότητες.

Οι καταναλωτές επιλέγουν να περικόψουν σε μεγάλο βαθμό την ψυχαγωγία (89,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα) σε αντιδιαστολή με την ιατρική περίθαλψη που οι απαντήσεις διχάζουν.

Οι 6 στους 10 συνεχίζουν να αποπληρώνουν τις δαπάνες λοιπών οφειλών σε τράπεζες (61,5% ποτέ και σπάνια) αλλά και τις οφειλές σε ΔΕΚΟ (64,4%).

Τέλος, οι καταναλωτές για να ανταπεξέλθουν στις ανατιμήσεις προϊόντων και ενέργειας επιλέγουν να προβούν σε περικοπή δαπανών για την προσωπική τους φροντίδα αλλά και την ένδυση / υπόδηση (83,5% και 90,4% αντίστοιχα μερικές φορές, συχνά και πάντα).

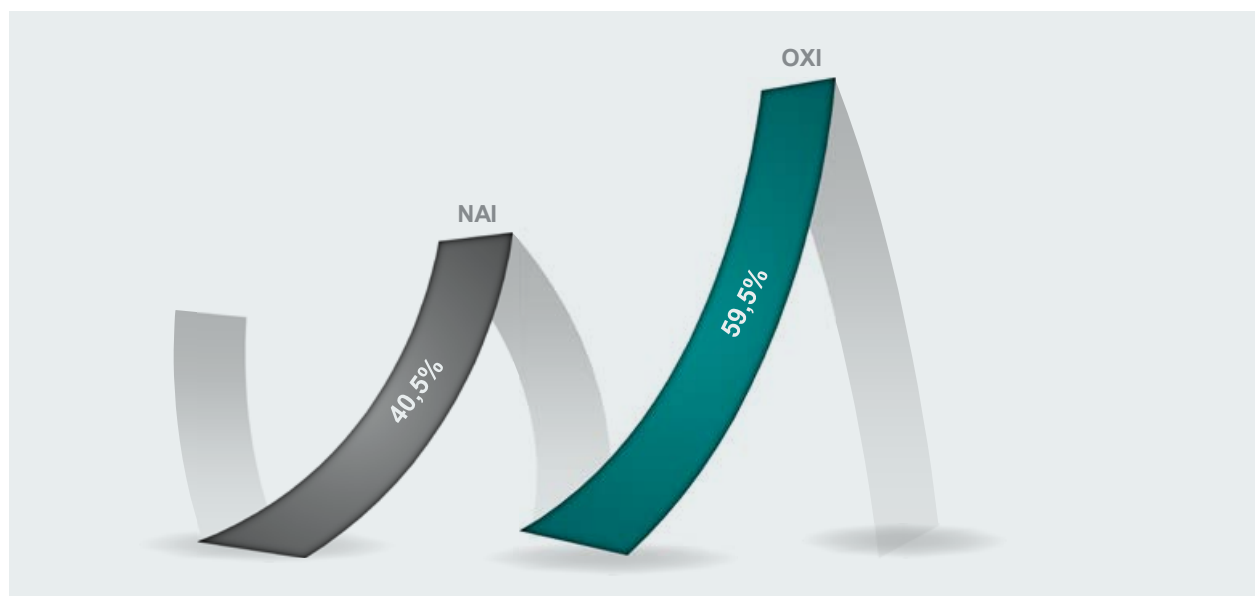
3.11. Η έλευση της ενεργειακής κρίσης και της ακρίβειας σας ανάγκασε να προβείτε σε ενέργειες



INFOGRAPHIC 36: Τρόποι αντιμετώπισης ενεργειακής κρίσης και ακρίβειας

Η αύξηση της έντασης της ακρίβειας και οι επιπτώσεις της φαίνεται ότι δεν έχουν αναγκάσει την πλειονότητα των καταναλωτών (80,4%) να πωλήσει ή να ενοικιάσει την περιουσία του. Μόνο σε ποσοστό 8,2% οι ερωτώμενοι αναγκάστηκαν να πωλήσουν την κινητή τους περιουσία, το 6,2% να πωλήσει την ακίνητη περιουσία και το 5,3% να την ενοικιάσει.

3.12. Με βάση τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό, μπορείτε να απολαμβάνετε μία εβδομάδα το χρόνο διακοπές;



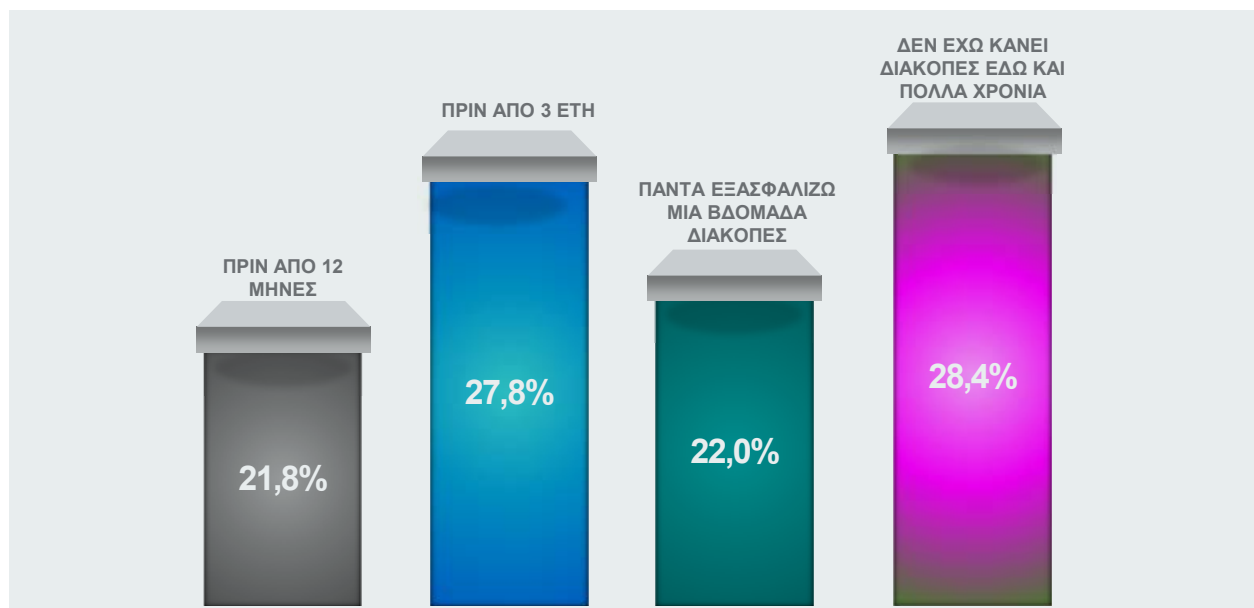
INFOGRAPHIC 37: Δυνατότητα διακοπών

Με βάση τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό, μπορείτε να απολαμβάνετε μία εβδομάδα το χρόνο διακοπές;	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα						Γενικό Άθροισμα
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +	
Ναι	11,56%	37,57%	29,19%	11,56%	3,18%	6,94%	100,00%
Όχι	39,10%	45,19%	9,43%	1,38%	1,18%	3,73%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 15: Δυνατότητα Διακοπών και εισόδημα

Αναφορικά με τις δραστηριότητες αναψυχής, 6 στους 10 καταναλωτές αδυνατούν να απολαύσουν έστω και μία εβδομάδα διακοπές το χρόνο. Οι περισσότεροι δε καταναλωτές (84,29%) που αδυνατούν ανήκουν στην κατηγορία με οικογενειακό εισόδημα 0€-2000€.

3.13. Ποια ήταν η τελευταία φορά που πήγατε διακοπές τουλάχιστον για μία εβδομάδα;



INFOGRAPHIC 38: Πρόσφατη περίοδος διακοπών

Τελευταία φορά διακοπών	Μηνιαίο Οικογενειακό Εισόδημα					
	0€ - 1000€	1000€ - 2000€	2000€ - 3000€	3000€ - 4000€	4000€ - 5000€	5000€ +
Δεν έχω κάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια	47,28%	28,89%	9,40%	8,51%	17,65%	11,63%
Πάντα εξασφαλίζω μία εβδομάδα διακοπές	7,53%	18,61%	38,93%	44,68%	52,94%	34,88%
Πριν από 12 μήνες	12,13%	23,89%	29,53%	34,04%	5,88%	23,26%
Πριν από 3 έτη	33,05%	28,61%	22,15%	12,77%	23,53%	30,23%
Γενικό Άθροισμα	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 16: Πρόσφατη περίοδος διακοπών και οικογενειακό εισόδημα

Τελευταία φορά διακοπών	Επαγγελματική Κατάσταση							
	Άνεργος/η	Δημόσιος Υπάλληλος	Ελεύθερος Επαγγελματίας	Επιχειρηματίας	Ιδιωτικός Υπάλληλος	Οικιακά	Συνταξιούχος	Φοιτητής/τρια
Δεν έχω κάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια	47,19%	24,71%	22,22%	18,18%	26,35%	38,89%	40,35%	0,00%
Πάντα εξασφαλίζω μία εβδομάδα διακοπές	7,87%	22,75%	33,33%	54,55%	22,16%	22,22%	15,79%	30,00%
Πριν από 12 μήνες	14,61%	27,84%	23,46%	18,18%	20,06%	5,56%	15,79%	40,00%
Πριν από 3 έτη	30,34%	24,71%	20,99%	9,09%	31,44%	33,33%	28,07%	30,00%
Γενικό Άθροισμα	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

ΠΙΝΑΚΑΣ 17: Πρόσφατη περίοδος διακοπών και επαγγελματική κατάσταση

Το 56,2% δεν έχει κάνει διακοπές τουλάχιστον τα 3 τελευταία έτη ή και καθόλου. Σχεδόν 3 στους 10 καταναλωτές δεν έχουν κάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια ενώ ομοίως στην ίδια κατάσταση βρίσκεται και το υπόλοιπο 27,8% που απέδρασε μόλις για μία εβδομάδα πριν από τρία έτη. Το 22%, δηλαδή μόλις 2 στους 10 καταναλωτές φροντίζουν να εξασφαλίζουν πάντα μία εβδομάδα διακοπές. Τέλος, το 21,8% κατάφερε να κάνει διακοπές πριν από 12 μήνες.

Σε μία απόπειρα προσέγγισης του ζητήματος υπό το πρίσμα της επαγγελματικής κατάστασης των καταναλωτών αλλά και του μηνιαίου οικογενειακού τους εισοδήματος θα εντοπίσουμε πως μεγάλοι πτηνόμενοι των διακοπών είναι οι άνεργοι, οι οποίοι, σε ποσοστό 77,53% δεν έχουν κάνει ποτέ διακοπές ή έχουν τουλάχιστον τρία χρόνια να κάνουν διακοπές. Σε ποσοστό 68,42% στην ίδια θέση βρίσκονται και οι συνταξιούχοι.

Κερδισμένοι αποδεικνύεται ότι είναι οι επιχειρηματίες, καθώς, το 72,73% εξασφαλίζει πάντα μία εβδομάδα διακοπών, και επίσης, απέδρασε για μία εβδομάδα πριν από 12 μήνες.

Με παρονομαστή το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, το 80,33% των καταναλωτών με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€ - 1000€ δεν απολαμβάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια ή έχει να απολαύσει τουλάχιστον τρία χρόνια. Το αντίστοιχο ποσοστό για όσους έχουν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 1000-2000€ είναι 57,5%.

Εξετάζοντας τις επόμενες κλίμακες εισοδήματος, οι περισσότεροι δηλώνουν πως εξασφαλίζουν πάντα μία εβδομάδα διακοπών ή έκαναν τουλάχιστον πριν 12 μήνες, (εισόδημα 2000€-3000€ το 68,46%, 3000-4000 το 78,72% και 4000€-5000€ το 58,82%)

3.14. Με βάση τον οικογενειακό σας προϋπολογισμό, σε εβδομαδιαία βάση καταναλώνετε

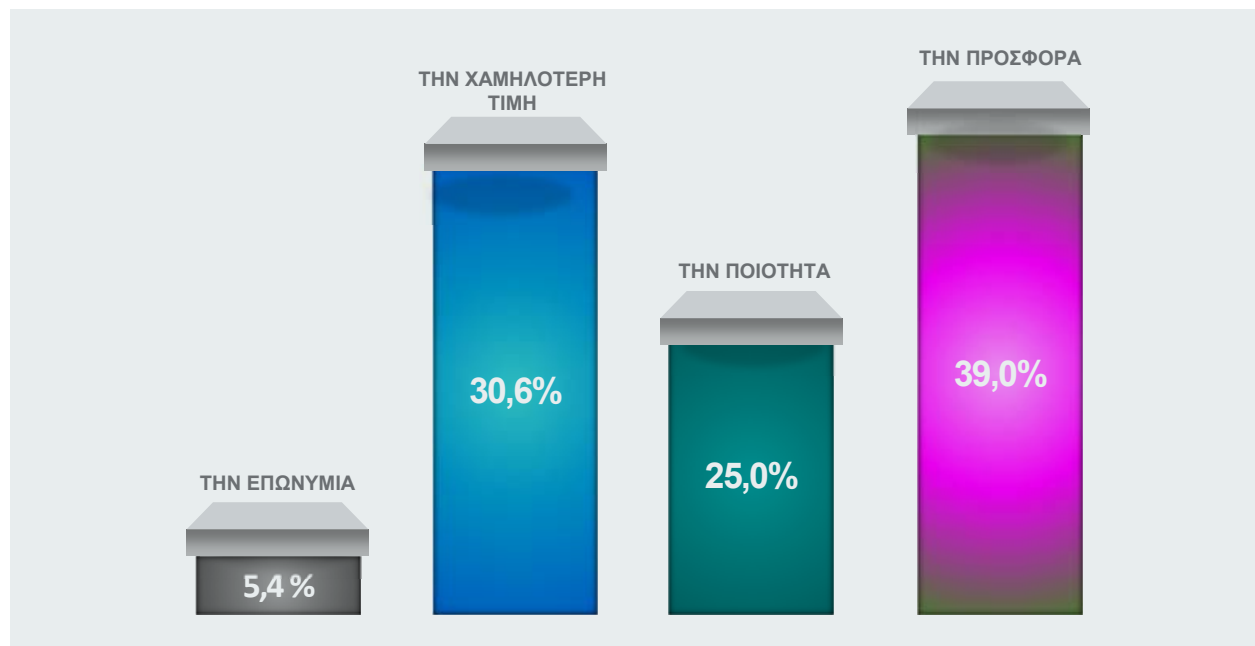
	ΠΟΤΕ	ΣΠΑΝΙΑ	1 ΦΟΡΑ	2-3 ΦΟΡΕΣ	ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
ΚΡΕΑΣ	2,1%	8,0%	41,3%	47,4%	1,3%
ΨΑΡΙ	4,9%	37,0%	52,3%	5,5%	0,4%
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ	1,8%	7,1%	55,9%	34,2%	1,1%
ΦΡΟΥΤΑ / ΛΑΧΑΝΙΚΑ	0,4%	6,3%	10,1%	42,2%	41,1%
ΟΣΠΡΙΑ	0,8%	4,1%	35,2%	56,7%	3,2%
ΛΑΔΕΡΑ	0,4%	7,1%	36,4%	51,6%	4,6%

INFOGRAPHIC 39: Διατροφικές επιλογές

Μία φορά την εβδομάδα μπορεί να καταναλώνει κρέας το 41,3% και 2 έως 3 φορές το 47,4%. Με βάση τον οικογενειακό τους προϋπολογισμό, ψάρι μία φορά την εβδομάδα καταναλώνει η πλειονότητα (52,3%) ενώ μεγάλο ποσοστό σπάνια (37,0%).

Το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και για τα πουλερικά, αφού μόλις μία φορά καταναλώνεται από το 55,9% και 2 έως 3 φορές από το 34,2%. Καθημερινά μπορούν να καταναλώνουν οι καταναλωτές φρούτα και λαχανικά σε ποσοστό 41,1% ενώ όσπρια και λαδερά δύο έως τρεις φορές την εβδομάδα σημειώνει το 56,7% και 51,6% αντίστοιχα.

3.15. Επιλέγετε να αγοράσετε τρόφιμα με βάση

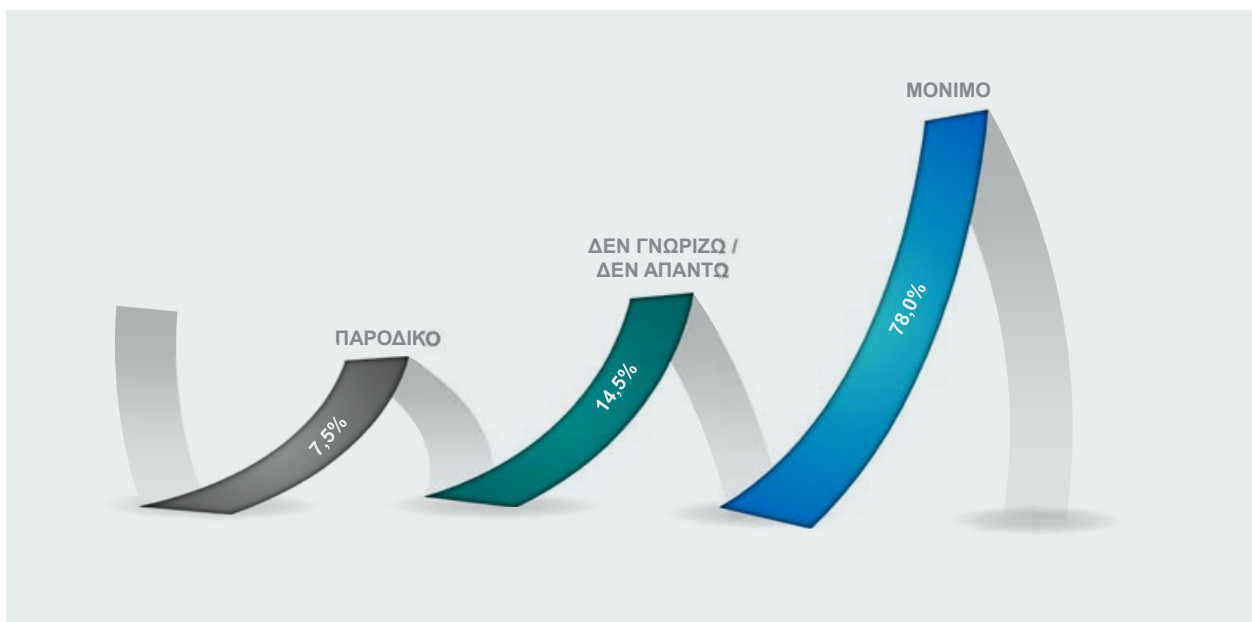


INFOGRAPHIC 40: Τρόποι επιλογής τροφίμων

Επτά στους δέκα ερωτώμενους επιλέγουν να αγοράζουν τρόφιμα με βάση την προσφορά και την χαμηλότερη τιμή. Αναλυτικότερα το 39,0% ψωνίζει με βάση την προσφορά και το 30,6% με βάση των χαμηλότερη τιμή. Μόλις το 25% των καταναλωτών αγοράζει με βάση την ποιότητα των τροφίμων ενώ εντυπωσιακά μικρό είναι το ποσοστό όσων ψωνίζουν με βάση την επωνυμία (5,4%).

4. Οικονομική Πολιτική

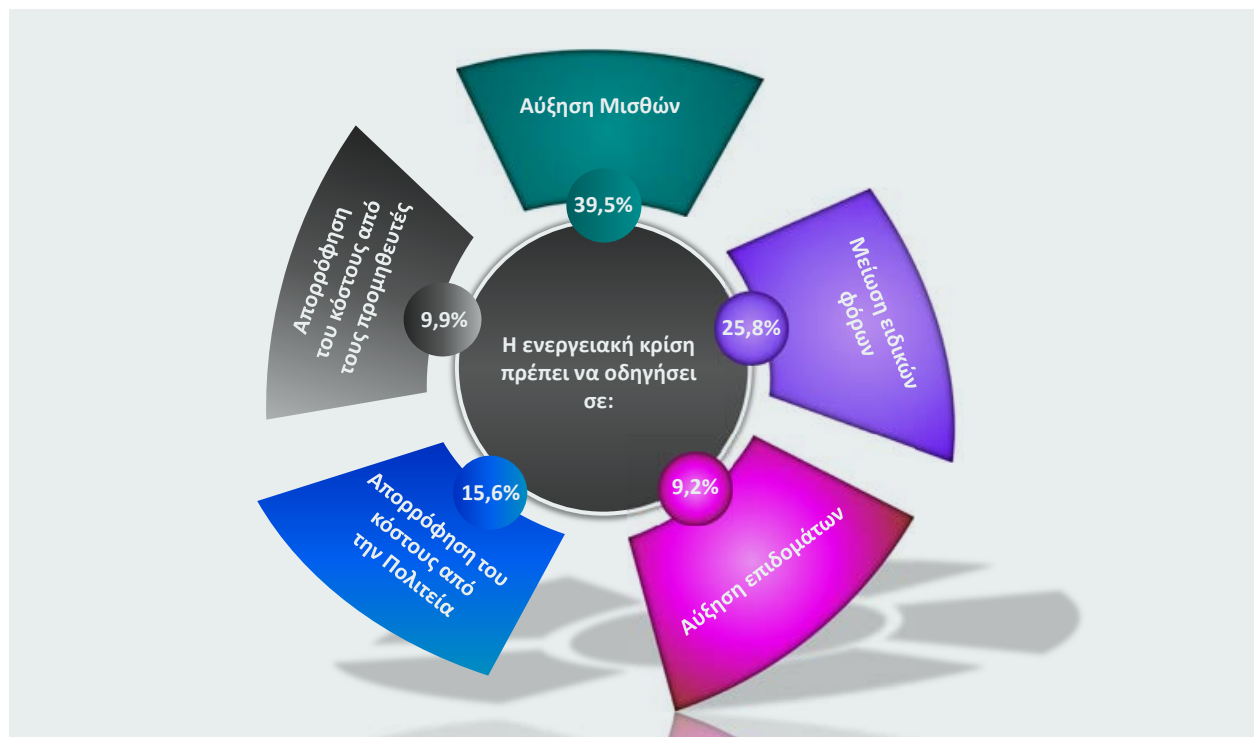
4.1. Πιστεύετε ότι οι αυξήσεις σε τρόφιμα και ενέργεια είναι κάτι:



INFOGRAPHIC 41: Άποψη για την ακρίβεια

Αρκετά απαισιόδοξα κρίνουν οι καταναλωτές τις αυξήσεις σε τρόφιμα και ενέργεια αφού οι περισσότεροι (78,0%) θεωρούν πως είναι μόνιμες. Μολαταύτα ένα πολύ μικρό ποσοστό (7,5%) θεωρεί ότι οι αυξήσεις είναι παροδικές ενώ τέλος, το 14,5% δεν γνωρίζει/ δεν απαντά.

4.2. Θεωρείτε ότι η ενεργειακή κρίση/ακρίβεια πρέπει να οδηγήσει σε:



INFOGRAPHIC 42: Προτάσεις διαχείρισης της ακρίβειας

Στην ερώτηση για την κυβερνητική πολιτική που πρέπει να ακολουθήσει η κυβέρνηση για την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης και της ακρίβειας, η πλειονότητα συνιστά την αύξηση των μισθών (39,5%) καθώς επίσης και τη μείωση των ειδικών φόρων (25,8%). Η επόμενη δημοφιλέστερη απάντηση είναι η απορρόφηση του κόστους από την Πολιτεία (15,6%) ενώ η αύξηση των επιδομάτων (9,2%) και η απορρόφηση του κόστους από τους προμηθευτές επιλέγεται από μικρότερο ποσοστό καταναλωτών (9,9%).

5. Συλλογικές Δράσεις

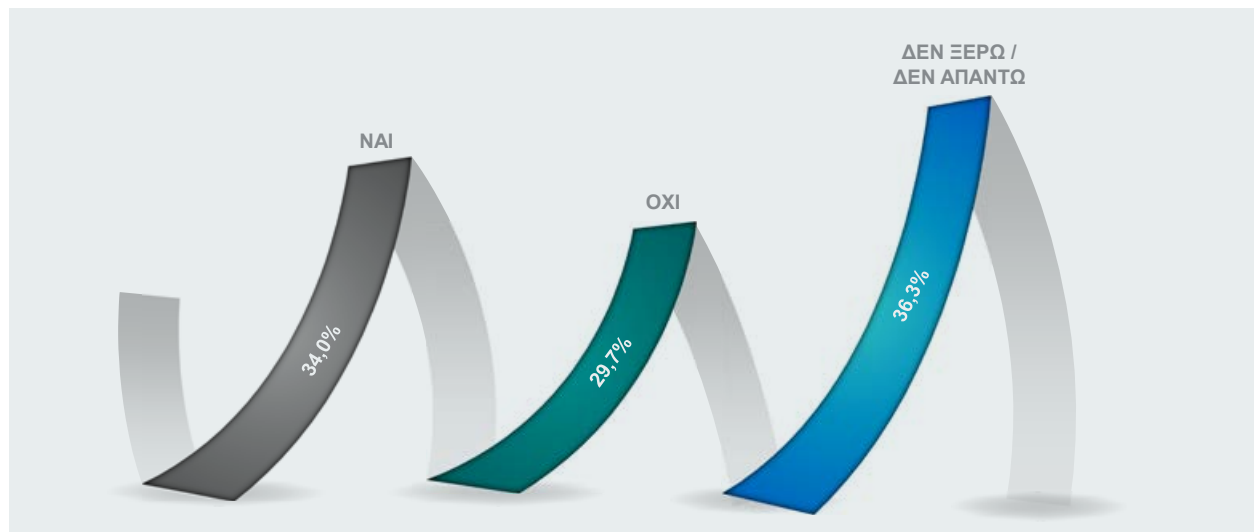
5.1. Ενδιαφέρεστε να συμμετάσχετε σε καταναλωτικό συνεταιρισμό;



INFOGRAPHIC 43: Συμμετοχή σε καταναλωτικό συνεταιρισμό

Σε καταναλωτικό συνεταιρισμό ενδιαφέρεται να συμμετέχει το 29,6% και αρνητικά δηλώνει το 32,7%. Ένα σημαντικό ποσοστό (37,7%) δεν ξέρει/ δεν απαντά.

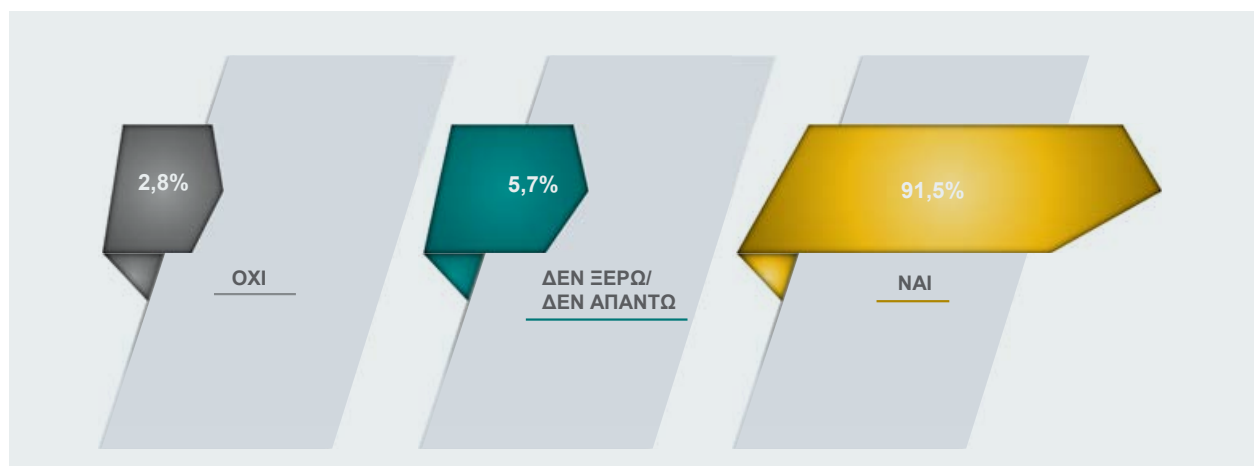
5.2. Ενδιαφέρεστε να συμμετάσχετε σε ενεργειακή κοινότητα;



INFOGRAPHIC 44: Συμμετοχή σε ενεργειακή κοινότητα

Σε αντιδιαστολή με την προηγούμενη ερώτηση, περισσότεροι επιθυμούν να συμμετέχουν σε ενεργειακή κοινότητα (34,0%) ενώ αρνητικό δηλώνει το 29,7%. Ομοίως και σε αυτή την ερώτηση μεγάλο ποσοστό δεν ξέρει/ δεν απαντά (36,3%).

5.3. Θα αγοράζατε προϊόντα απ' ευθείας από τους παραγωγούς, χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων;



INFOGRAPHIC 45: Αγορές απ' ευθείας από τους παραγωγούς

Σχεδόν όλοι οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράζουν προϊόντα απ' ευθείας από τους παραγωγούς χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων (91,5%). Πολύ μικρό ποσοστό απαντά αρνητικά (2,8%) ενώ το 5,7% είναι ουδέτερο απαντώντας πως δεν ξέρει/ δεν απαντά (5,7%).

► Συμπεράσματα

Σκοπός της παρούσας έρευνα ήταν να καταγράψει δειγματοληπτικά τις συνολικές ατομικές και συλλογικές/ομαδικές αντιδράσεις των καταναλωτών στην τρέχουσα αύξηση των τιμών των προϊόντων και υπηρεσιών που καταναλώνει. Οι αντιδράσεις αυτές αποτελούν στοιχεία ενός διανύσματος αντιδράσεων («αντίκτυπος») που η μεταξύ τους αναλυτική λογική συσχέτιση παράγει ροπές αντίδρασης («ροπές αντικτύπων») τόσο σε α) ατομικό όσο και β) συλλογικό/ομαδικό επίπεδο. Η ειδικότερη προστιθέμενη αξία που φιλοδοξεί να παράξει η έρευνα είναι η υπέρβαση των τυπικών ατομικών αντιδράσεων στην καταναλωτική συμπεριφορά και η ταυτοποίηση συλλογικών αντιδράσεων που ενδεχομένως κυοφορούνται / ενυπάρχουν στις τυπικές ατομικές καταναλωτικές συμπεριφορές.

Στο πλαίσιο συστηματοποίησης και συγκεκριμενοποίησης του ερευνητικού σκοπού, τέθηκαν επιμέρους στόχοι, στους οποίους εστίασε και αφορούν, στη διερεύνηση του προφίλ των καταναλωτών και τις αλλαγές των καταναλωτικών συμπεριφορών και των τυχόν μη καλυπτόμενων αναγκών των καταναλωτών. Πιο συγκεκριμένα, κλήθηκε να απαντήσει τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

1. Έχουν αλλάξει οι αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών και σε ποιον βαθμό;
2. Ποιες καταναλωτικές ανάγκες δεν καλύπτονται σε ικανοποιητικό βαθμό ή καθόλου;
3. Ποια μέτρα λαμβάνουν οι καταναλωτές για την αντιμετώπιση της ακρίβειας στα καταναλωτικά αγαθά και για την αντιμετώπιση της αύξησης του κόστους της ενέργειας;

Η μεθοδολογική βάση για την ορθή απάντηση αυτών των ερωτημάτων είναι ο προσδιορισμός της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος έναντι του πληθυσμού αναφοράς.

Από τον έλεγχο αντιπροσωπευτικότητας του ληφθέντος δείγματος προκύπτει ότι **το δείγμα αφορά το 45% του υπάρχοντος πληθυσμού στην Ελλάδα.**

Όσον δε αφορά **τη σύνθεση του δείγματος ανά φύλο, αυτή αντιπροσωπεύει τη σχετική σύνθεση του πληθυσμού με μια ασήμαντη απόκλιση υπέρ των γυναικών (+3,8%).**

Το ανωτέρω ποσοστό δειγματοληπτικής κάλυψης του πληθυσμού συναποτελείται από **τη μισθωτή εργασία** (σε κατάσταση απασχόλησης στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα καθώς και σε κατάσταση ανεργίας) και τους **αυτοαπασχολούμενους**. Επομένως, το δείγμα καλύπτει ουσιαστικά το **οικονομικά ενεργό τμήμα του πληθυσμού** (συμπεριλαμβάνοντας, επίσης, και τους επιχειρηματίες αν και σε κατάσταση σοβαρότατης υποαντιπροσώπησης).

Συγκεκριμένα:

- α) οι ιδιωτικοί υπάλληλοι υπεραντιπροσωπεύονται έναντι του πληθυσμού κατά 249% και οι δημόσιοι υπάλληλοι υπεραντιπροσωπεύονται έναντι του πληθυσμού κατά 382%.
- β) απεναντίας, οι άνεργοι και οι ελεύθεροι επαγγελματίες αντιπροσωπεύονται δίχως αποκλίσεις από τον πληθυσμό.
- γ) τέλος, οι υπόλοιπες κοινωνικές ομάδες (συνταξιούχοι, ασχολούμενοι με τα οικιακά άνευ

αμοιβής, σπουδαστές και φοιτητές, επιχειρηματίες) υποαντιπροσωπεύονται δραματικά στο δείγμα: αποτελούν το 8,5% του δείγματος ενώ αποτελούν το 53,9% του πληθυσμού.

Το μη καλυπτόμενο από το δείγμα 55% του πληθυσμού (συνταξιούχοι, ασχολούμενοι στις οικιακές εργασίες άνευ αμοιβής, μαθητές και σπουδαστές), δηλαδή βασικά το μη οικονομικά ενεργό τμήμα του πληθυσμού είναι -με εξαίρεση την τάξη των επιχειρηματιών- σαφώς λιγότερο εύπορο τουλάχιστον εισοδηματικά από το τμήμα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού.

Επομένως, το δείγμα αντιπροσωπεύει τον εργαζόμενο και γι' αυτό το σχετικά πλέον εύπορο τμήμα του πληθυσμού στην Ελλάδα.

Η **γεωγραφική αντιπροσωπευτικότητα** του δείγματος είναι επίσης **μερική** και συναποτελείται από τις ακόλουθες τρεις συμπληρωματικές ομάδες περιφερειών:

- α) η πρώτη ομάδα (Δυτική Μακεδονία, Κεντρική Μακεδονία, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Αττική, Βόρειο Αιγαίο) υπεραντιπροσωπεύεται.
 - β) η δεύτερη ομάδα (Πελοπόννησος, Δυτική Ελλάδα, Κρήτη, Νότιο Αιγαίο) υποαντιπροσωπεύεται.
- Η τρίτη ομάδα (Θεσσαλία, Στερεά Ελλάδα, Ήπειρος, Ιόνιοι Νήσοι) δεν παρουσιάζει ουσιώδεις αποκλίσεις έναντι του πληθυσμού.

Διαπιστώνεται, επομένως, **μια ενίσχυση του αστικού χαρακτήρα του οικονομικά ενεργού πληθυσμού (Κεντρική Μακεδονία, Αττική)**, ο οποίος, διαπιστώθηκε ανωτέρω ότι αντιπροσωπεύει το δείγμα.

Στην διαπιστούμενη ευπορία του δείγματος περιλαμβάνεται επίσης και η κατάσταση μόρφωσής του.

Από τη μορφωτική σύνθεση του δείγματος σε σχέση με τα αντίστοιχα δεδομένα του πληθυσμού στην Ελλάδα προκύπτει ότι σ' αυτό:

- α) υπεραντιπροσωπεύονται σημαντικότερα σε ποσοστό 50,4% έναντι του πληθυσμιακού 31% οι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης (πτυχιούχοι, μεταπτυχιακοί, διδάκτορες)
- β) υπεραντιπροσωπεύονται σχετικά οι απόφοιτοι Μεταδευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και οι απόφοιτοι Λυκείου σε ποσοστό 40,2% έναντι του πληθυσμιακού 32%, και
- γ) υποαντιπροσωπεύονται σημαντικότερα οι απόφοιτοι Γυμνασίου, Δημοτικού και οι διακόψαντες το Δημοτικό αλλά γνωρίζοντες γραφή και ανάγνωση σε ποσοστό 9,3% έναντι του πληθυσμιακού 37%.

Πρέπει βεβαίως να σημειωθεί ότι ο ίδιος ο διαδικτυακός τρόπος συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων της έρευνας αποκλείει τεχνικά τη μαζική συμμετοχή στην έρευνα των αποφοίτων και όχι μόνον των κατώτερων εκπαιδευτικών βαθμίδων (βλ. ψηφιακός αναλφαβητισμός).

Επομένως, **το δείγμα αντιπροσωπεύει το σχετικά πλέον εύπορο και μορφωμένο τμήμα του πληθυσμού.**

Ειδικότερα:

- α) οι ηλικιακές τάξεις (18-25) ετών και (56-65) ετών αντιπροσωπεύονται στο δείγμα χωρίς ουσιώδεις αποκλίσεις από τον πληθυσμό στην Ελλάδα,
- β) οι ηλικιακές τάξεις (36-45) ετών και (46-55) ετών υπεραντιπροσωπεύονται στο δείγμα έναντι του πληθυσμού αντιστοίχως κατά +254% και 228%.

γ) η ηλικιακή τάξη (26-35) ετών υποαντιπροσωπεύεται στο δείγμα έναντι του πληθυσμού ενώ οι ηλικιακές τάξεις (66-75) ετών και η τάξη ηλικίας ίσης ή μεγαλύτερης των 76 ετών πρακτικά δεν αντιπροσωπεύονται.

Τα αποτελέσματα αυτά δηλώνουν ότι **η μεγαλύτερη πίεση από την ακρίβεια ασκείται στις ηλικιακές τάξεις (36-45) ετών και (46-55) ετών** (η οποία και παρακινεί την αυξημένη συμμετοχή αυτών των ηλικιακών τάξεων στην διεξαχθείσα έρευνα (υπό τον ήδη αναφερθέντα περιορισμό του διαδικτυακού τρόπου διενέργειάς της).

Απεναντίας, οι νεότεροι (ηλικιακή τάξη 18-25 ετών) **δεν φαίνεται -στη βάση της συμμετοχής τους- να τους απασχολούν παρακινητικά οι επιπτώσεις της ακρίβειας.**

Τέλος, στις **μεγαλύτερες ηλικίες** (ίση ή μεγαλύτερη των 56 ετών) **φαίνεται να επικρατεί απουσία ενεργούς συμμετοχής (αδράνεια/παραίτηση).**

Από άποψη **οικογενειακού εισοδήματος:**

- α) το 28,0% του δείγματος υπάγεται στην κατώτερη τάξη οικογενειακού εισοδήματος (0€-1000€).
- β) Το 42,1% του δείγματος υπάγεται στη μεσαία τάξη οικογενειακού εισοδήματος (1.001€ έως 2.000€).
- γ) το υπόλοιπο 29,9% του δείγματος υπάγεται στην ανώτερη τάξη οικογενειακού εισοδήματος (≥2001€).

Στην πλειονότητα των νοικοκυριών, εισόδημα εισφέρουν **δύο άτομα (47,7%)** ενώ σημαντικότατο είναι και το πλήθος των νοικοκυριών **(38,4%) στα οποία συνεισφέρει οικονομικά μόνο ένα άτομο.**

Το 67% του δείγματος διαβιεί σε ιδιόκτητη κατοικία και το 26,2% σε ενοικιαζόμενη. Το 6,8% του δείγματος διαμένει σε κατοικία με δωρεάν παραχώρηση. Τα ποσοστά αυτά είναι πλήρως αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού.

Το 59,4% του δείγματος διαμένει σε διαμέρισμα πολυκατοικίας και το 40,6% σε μονοκατοικία. Τα ποσοστά αυτά είναι πλήρως αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού.

Οι κατοικίες μεγέθους (20τ.μ.-70τ.μ.) με ποσοστό 29,2% υπεραντιπροσωπεύονται στο δείγμα έναντι του πληθυσμού ενώ οι μεγαλύτερες σε μέγεθος κατοικίες (≥71τ.μ.) υποαντιπροσωπεύονται έναντι του πληθυσμού.

Οι ανωτέρω διαπιστώσεις υποδηλώνουν ότι η αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος επικεντρώνεται στο μεσαίο προς χαμηλό εισοδηματικό επίπεδο ευπορίας και περιουσίας.

Σε σχέση με την οικογενειακή κατάσταση, τα μονομελή νοικοκυριά (άγαμοι και χήροι) υποαντιπροσωπεύονται σημαντικά έναντι του πληθυσμού ενώ τα έγγαμα νοικοκυριά και οι διαζευγμένοι υπεραντιπροσωπεύονται. Αυτά τα αποτελέσματα υποδηλώνουν **ότι η πίεση η οποία διαπιστώθηκε ανωτέρω η οποία ασκείται στις ηλικιακές τάξεις (36-45) ετών και (46-55) οφείλεται κατά βάση στην ύπαρξη παιδιών.**

Ειδικότερα, διαπιστώνεται ότι:

- α) τα μονομελή (άγαμοι, χήροι, διαζευγμένοι) και διμελή νοικοκυριά (μονογονεϊκές οικογένειες με ένα παιδί, έγγαμοι δίχως παιδί) υποαντιπροσωπεύονται στο δείγμα έναντι του πληθυσμού.

- β) τα τριμελή νοικοκυριά (ένας ενήλικας με δύο παιδιά, δύο ενήλικες με ένα παιδί) δεν αποκλίνουν ουσιωδώς στο δείγμα έναντι του πληθυσμού.
- γ) τα τετραμελή και μεγαλύτερα νοικοκυριά υπεραντιπροσωπεύονται στο δείγμα έναντι του πληθυσμού.

Αυτές οι διαπιστώσεις εξειδικεύουν την προηγούμενη διαπίστωση υποδεικνύοντας ότι η οριακή πίεση της ακρίβειας είναι μεγαλύτερη:

- α) στις τετραμελείς και μεγαλύτερου μεγέθους οικογένειες με δύο και περισσότερα παιδιά που διαμένουν σε ενοικιαζόμενη κατοικία ή σε ιδιόκτητη ή έχουν στεγαστικό δάνειο για την ιδιόκτητη κατοικία τους
- β) **στις τριμελείς οικογένειες με παιδί στις οποίες συνεισφέρει οικονομικά μόνο το ένα ενήλικο μέλος ή και τα συνεισφέροντα ενήλικα μέλη αμείβονται με χαμηλούς μισθούς.**

Αναφορικά με το επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα, αρκετοί είναι εκείνοι (42,81%) οι οποίοι δηλώνουν ότι για να ανταπεξέλθουν στην ακρίβεια, το καθαρό μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα θα έπρεπε να κυμαίνεται ανάμεσα στις 2001€-3000€. Ακολουθούν με ποσοστό 23,16% οι καταναλωτές που δηλώνουν ότι θα έπρεπε να διαθέτουν εισόδημα μεταξύ 3001€-4000€. Εντούτοις, το 18,25% δηλώνει ότι για να ανταπεξέλθει στην ακρίβεια θα έπρεπε να διαθέτει οικογενειακό εισόδημα 1001-2000€. Καταλήγοντας, το 8,3% σημειώνει ότι θα έπρεπε να διαθέτει εισόδημα 4001€-5000€ και 5001€ και άνω μόλις το 6,67%.

Αν παρατηρήσει κανείς το επιθυμητό οικογενειακό εισόδημα σε σύγκριση με την οικογενειακή κατάσταση, διαφαίνεται η διαφορετική οπτική. Από το πλήθος των απαντήσεων, οι περισσότεροι που επίσης δηλώνουν ότι το επιθυμητό εισόδημα θα ήταν μεταξύ 2000€-3000€ είναι έγγαμοι. Επίσης οι έγγαμοι κατέχουν την πρωτιά (17,43%) και στη δήλωση για ιδανικό οικογενειακό εισόδημα στην υψηλότερη βαθμίδα (3000€-4000€). Οι άγαμοι επίσης θεωρούν ότι για να ανταπεξέλθουν στην ακρίβεια θα έπρεπε να διαθέτουν εισόδημα 2000€-3000€.

Οι περισσότεροι διαμένουν σε διαμέρισμα πολυκατοικίας (59,4%) ενώ σε μονοκατοικία διαμένει το 40,6%. Κανένας ερωτώμενος δεν δήλωσε αγροικία για κύρια κατοικία. Σε ιδιόκτητη κατοικία καταγράφεται ότι διαμένει η πλειονότητα (67%), ενώ σε ενοικιαζόμενη το 26,2%. Το 6,8% των ερωτώμενων διαμένει σε ακίνητο με δωρεάν παραχώρηση. Στο μικρότερο σε μέγεθος ακίνητο (20τ.μ.-70τ.μ.) κατοικεί το 29,2% ενώ η πλειονότητα (59,5%) διαμένει σε κατοικία από 71 τ.μ. έως 120 τ.μ. Ακολουθεί το 9,5% των απαντήσεων που δηλώνουν ότι κατοικούν σε οικία με μέγεθος 121 τ.μ.- 180 τ.μ. και τέλος το 1,8% σε μέγεθος ακινήτου 181 τ.μ. και άνω.

Σε τακτική συντήρηση και επισκευή της κατοικίας προβαίνει πάντα μόνο το 4,8%. Στον αντίποδα ποτέ δεν επισκευάζει την κατοικία του το 9% και συχνά απαντά μόλις το 15,7%. Μεγάλο ποσοστό καταγράφει ότι επισκευάζει και συντηρεί την κατοικία του μερικές φορές και σπάνια σε ποσοστό 35,6% και 35% αντίστοιχα. Από τα ως άνω ευρήματα προκύπτει ότι, ποτέ, σπάνια και μερικές φορές συντηρεί την κατοικία του η πλειονότητα (55,8%) και πιο συγκεκριμένα η ομάδα των εργαζομένων που διαθέτει μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€-1000€ και 1000€-2000€ (55,8%). Το 40,1% δηλώνει ότι επισκεύασε την κατοικία του τελευταία φορά τους τελευταίους 12 μήνες. Στην πλειονότητά τους οι ερωτώμενοι (59,9%) δηλώνουν ότι τελευταία φορά που συντήρησαν την κατοικία τους ήταν τα τελευταία τρία ή περισσότερο από πέντε χρόνια. Πιο

αναλυτικά, το 31,0% έχει περισσότερα από 5 χρόνια να προβεί σε εργασίες συντήρησης ενώ το 28,9% την έχει επισκευάσει τα τελευταία τρία χρόνια.

Οι καταναλωτές τον τελευταίο χρόνο έχουν επιλέξει για τρόπο θέρμανσης τον καυστήρα πετρελαίου (31%) ενώ πριν τρία χρόνια το ποσοστό αυτό ήταν εμφανώς μεγαλύτερο (42,53%). Δημοφιλέστεροι τρόποι θέρμανσης τους τελευταίους δώδεκα μήνες είναι επίσης το κεντρικό air condition (13,2%), ο καυστήρας φυσικού αερίου (11,1%) καθώς επίσης και το τζάκι (9,9%).

Συγκρίνοντας κανείς την συμπεριφορά των καταναλωτών πριν από 3 έτη και τους τελευταίους 12 μήνες θα προσέξει ότι διπλασιάστηκε σε προτίμηση η σόμπα υγραερίου και η ηλεκτρική σόμπα.

Ουσιαστικό προβληματισμό δημιουργεί η αύξηση κατά 72,22% των καταναλωτών που τον τελευταίο χρόνο έχουν επιλέξει να μη θερμαίνουν την κατοικία τους. Με μία πιο προσεκτική παρατήρηση, προκύπτει ότι, το σύνολο των νοικοκυριών που δηλώνουν ότι δε θερμαίνουν την κατοικία τους έχουν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€ - 2.000€ ενώ το 46,7% αυτών έχουν ένα έως τρία τέκνα να διαβιούν μαζί τους.

Στον αντίποδα, ενώ ο καυστήρας φυσικού αερίου έχει μεγαλύτερη απήχηση τον τελευταίο χρόνο (αύξηση 53,47%), μείωση παρατηρείται στον καυστήρα πετρελαίου (-15,94%) σε σύγκριση με τα προηγούμενα τρία έτη.

Το ετήσιο κόστος της δαπάνης για θέρμανση των νοικοκυριών αγγίζει το τελευταίο έτος τα 1000€-2000€ για τους περισσότερους (27,5%) όταν το μεγαλύτερο κόστος πριν από 3 έτη ανέρχονταν σε 500-700€ (22,7%). Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετά νοικοκυριά δαπανούν 2000€ και άνω τους τελευταίους 12 μήνες (21,5%) όταν το αντίστοιχο ποσοστό καταναλωτών πριν 3 έτη ανέρχονταν σε 7,1%. Με μία πιο λεπτομερή ματιά, το 49% των καταναλωτών σημειώνει πως το ετήσιο κόστος φέτος ανέρχεται σε 1000€ και άνω έναντι του 25% για πριν από τρία χρόνια, δηλαδή 95,79% αύξηση κόστους σε σύγκριση με 3 έτη πριν. Αξιοπρόσεκτη είναι η κατά 129,17% αύξηση στη δαπάνη καυσίμων για όσους δαπανούν για θέρμανση ποσό 3000€ και άνω. Τέλος, μειωμένοι κατά το ήμισυ είναι όσοι δαπανούν φέτος σε σύγκριση με πριν από τρία χρόνια 0€-300€ (-47,73%) και 300€-500€ (-50,00%).

Τα ευρήματα της έρευνας καταδεικνύουν ότι ολοένα και περισσότεροι καταναλωτές θερμαίνουν την κατοικία τους τελευταίους 12 μήνες μέτρια (47,0%) όταν το αντίστοιχο ποσοστό για πριν από τρία χρόνια ήταν 17,7%, δηλαδή, σημειώνεται αύξηση των καταναλωτών που θερμαίνουν μέτρια την κατοικία τους κατά 166,02%.

Καταγράφεται σημαντική, επίσης, αύξηση των καταναλωτών κατά 181,8% που δηλώνουν ότι τους τελευταίους 12 μήνες δε θερμαίνουν την κατοικία τους καθόλου σε σύγκριση με πριν από 3 χρόνια. Αντίστοιχα, μείωση παρουσιάζει και το ποσοστό των νοικοκυριών που θερμαινόταν ικανοποιητικά (από 34,5% πριν 3 χρόνια σε 30,5% τους τελευταίους 12 μήνες). Καταλήγοντας, μειώνεται το ποσοστό των καταναλωτών κατά -73,0% που φέτος θερμαίνουν την κατοικία τους πολύ καλά και κατά -62,1% όσων τη θερμαίνουν αρκετά.

Στην ερώτηση με τί συχνότητα προμηθεύεστε το καύσιμό σας, μηνιαία απάντησε το 32,9% και αποτελεί και τη δημοφιλέστερη απάντηση. Στη συνέχεια ακολουθούν με ποσοστό 25,4% οι καταναλωτές που το προμηθεύονται περιστασιακά και αμέσως μετά το 23,2% σε ετήσια βάση. Τέλος, εβδομαδιαίως δηλώνει το 18,6%.

Εξετάζοντας όμως το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα του κάθε νοικοκυριού σε συσχέτιση με

τη συχνότητα προμήθειας καυσίμου, παρατηρείται ότι κατά κύριο λόγο, οι καταναλωτές με εισόδημα έως 2000€ είναι όσοι προμηθεύονται καύσιμο σε εβδομαδιαία βάση, περιστασιακά και μηνιαία (54,3%).

Η πλειοψηφία των καταναλωτών και μάλιστα σε ποσοστό 70,9% δεν έχει λάβει επίδομα θέρμανσης τους τελευταίους δώδεκα μήνες. Αισιόδοξο εύρημα αποτελεί ότι οι περισσότεροι καταναλωτές, και συγκεκριμένα 31,05% περισσότεροι σε σύγκριση με πριν από τρία χρόνια, δηλώνουν πως λαμβάνουν επίδομα θέρμανσης τους τελευταίους 12 μήνες (29,1%).

Το 76,5% δηλώνει ότι έχει προβεί σε ενέργειες εξοικονόμησης ενέργειας και 3,9% ότι θα προβεί σε αντίστοιχες προσπάθειες. Ωστόσο, το 19,6% απαντά αρνητικά.

Περίπου 1 στους 4 καταναλωτές δεν έχει κάνει καμία ενέργεια εξοικονόμησης (23,5%). Αντίθετα, αρκετοί είναι εκείνοι οι οποίοι έχουν αντικαταστήσει τις οικιακές τους συσκευές με συσκευές χαμηλής κατανάλωσης (13,4%), έχουν τοποθετήσει πλιακό θερμοσίφωνα (13,2%) και έχουν αναζητήσει νέους παρόχους ηλεκτρισμού και φυσικού αερίου (10,3%). Σε αλλαγή κουφωμάτων έχει προχωρήσει μόλις το 8,1% και σε αλλαγή τύπου καυσίμου το 8,0%. Λιγότεροι καταναλωτές προχώρησαν σε μόνωση εξωτερικών τοίχων (7,6%, μόνωση ταράτσας (6,7%) και ένταξη στο πρόγραμμα «Εξοικονομώ» (6,5%). Αξιοσημείωτα μικρό ποσοστό καταναλωτών αναζητήσε νέες μορφές ανανεώσιμης ενέργειας (1,7%) και τοποθέτηση φωτοβολταϊκών (1,0%).

Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών θεωρεί ότι οι εταιρείες ενέργειας δεν προσφέρουν σταθερές τιμές για μεγάλο χρονικό διάστημα (91,9%), δεν προσφέρουν ρυθμίσεις/ ευκολίες αποπληρωμής των λογαριασμών (74,5%), ενώ τέλος, δεν παρέχουν ρυθμίσεις με βάση κοινωνικά κριτήρια (81,1%).

Η αύξηση της έντασης της ακρίβειας συνεπάγεται αλλαγές στη συμπεριφορά των καταναλωτών. Οι καταναλωτές που μείωσαν το ποσοστό θέρμανσης της κατοικίας τους σε μεγάλο βαθμό αποτελούν το 86,8% οι οποίοι δηλώνουν μερικές φορές, συχνά και πάντα. Για να αποφύγουν τη δαπάνη της θέρμανσης επιλέγουν να φορούν περισσότερα ρούχα αντί να ανάβουν τη θέρμανση σε 81,8% δηλώνουν μερικές φορές, συχνά και πάντα. Μερικές φορές, συχνά και πάντα το 91,3% χαμηλώνει ή κλείνει τη θέρμανση τις νυχτερινές ώρες του ύπνου ενώ η πλειονότητα δεν επιλέγει τη χρήση ηλεκτρικής κουβέρτας (65% δηλώνει ποτέ και σπάνια). Το 94%, μερικές φορές, συχνά και πάντα χαμηλώνει ή κλείνει τη θέρμανση όταν απουσιάζει και ομοίως το 71,9% κλείνει τη θέρμανση σε χώρους της κατοικίας που δεν χρησιμοποιούνται καθώς και τα παράθυρα, για να διατηρηθεί η θερμοκρασία της κατοικίας (96,5%).

Η πλειονότητα δεν δείχνει τάση να μειώσει τις φορές που κάνει μπάνιο (ποτέ και σπάνια 60%) αλλά σε αξιοσημείωτο ποσοστό (40%), οι καταναλωτές το επιλέγουν μερικές φορές, συχνά και πάντα. Δεν παρατηρείται το ίδιο φαινόμενο όμως για κάποιους οι οποίοι καταγράφουν ότι στην πλειονότητά τους προτιμούν ένα γρήγορο ντους αντί για μπάνιο (73,5% μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Αναφορικά με το μαγείρεμα, η συντριπτική πλειονότητα σημειώνει πως μαγειρεύει με κλειστό καπάκι (94,8% μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ δηλώνουν ότι αποφεύγουν τη χρήση του φούρνου της ηλεκτρικής κουζίνας (74,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Δεν είναι μικρό όμως και το ποσοστό όσων μείωσαν και το καθημερινό μαγείρεμα (57% μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Εξοικονόμηση πραγματοποιούν και κατά τη χρήση του πλυντηρίου πιάτων και ρούχων αφού 90,8% το θέτουν σε λειτουργία μόνο όταν γεμίσει (μερικές φορές, συχνά και πάντα). Στην ίδια λογική, μείωσαν και το σιδέρωμα ρούχων (73,7% μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ επιλέγουν να πλένουν τα πιάτα στο χέρι για να αποφύγουν τη χρήση του πλυντηρίου πιάτων (79,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Πρόγραμμα εξοικονόμησης ενέργειας πλυντηρίου πιάτων χρησιμοποιεί το 73,4% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) και με λιγότερους βαθμούς λειτουργούν πρόγραμμα πλυντηρίου ρούχων (90,1% μερικές φορές, συχνά και πάντα). Επίσης, την προτίμησή τους στην απλώστρα ρούχων αντί για στεγνωτήριο δηλώνει το 94,6% των καταναλωτών (μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Τέλος, οι καταναλωτές έχουν την τάση να σβήνουν τις τηλεοράσεις και άλλες συσκευές όταν δεν χρησιμοποιούνται σε ποσοστό 93,5% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) και να σβήνουν τα φώτα όταν δεν είναι αναγκαία 98,5% (μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Στην ερώτηση αν πραγματοποιούν αγορές από το καλάθι του νοικοκυριού, η πλειονότητα απαντά αρνητικά (83%). Οι καταναλωτές σημειώνουν ότι το καλάθι του νοικοκυριού δε συμβάλλει καθόλου στη μείωση κόστους τροφίμων και ειδών πρώτης ανάγκης του νοικοκυριού τους (71,0%). Λίγο συμβάλλει απαντά το 16,0% και μέτρια το 9,6%. Ωστόσο, ένα μικρό ποσοστό θεωρεί ότι το καλάθι του νοικοκυριού συμβάλλει πολύ (2,2%) και πάρα πολύ μόλις το 1,2%.

Από τον οικογενειακό τους προϋπολογισμό οι καταναλωτές θεωρούν πρωταρχική τους ανάγκη να καλύψουν το κόστος των τροφίμων (73,2%). Δευτερεύουσα αλλά εξίσου σημαντική ανάγκη θεωρούν την κάλυψη του κόστους ιατρικής περίθαλψης (59,8%), στη συνέχεια της θέρμανσης (54,3%) και τέλος του ενοικίου/ δανείου κατοικίας (53,9%).

Λιγότεροι καταναλωτές αξιολογούν ως πάρα πολύ σημαντικές τις ανάγκες εκπαίδευσης (43,4%), μετακίνησης (30,9%) και λοιπών δανειακών υποχρεώσεων (29,7%). Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η ψυχαγωγία για τους περισσότερους είναι από καθόλου έως μέτρια σημαντική (77,4%) όπως, ομοίως, η προσωπική φροντίδα (70,2%) και η ένδυση (76,10%).

Η πλειονότητα επίσης (56,7%) σημειώνει ότι η μετακίνηση είναι πολύ έως και πάρα πολύ σημαντική όταν στον αντίποδα, οι τηλεπικοινωνίες θεωρούνται καθόλου, λίγο έως και μέτρια αναγκαίες (63%).

Σημαντική επιβάρυνση στις τιμές εντοπίζουν οι περισσότεροι καταναλωτές κυρίως στα τρόφιμα (87,78%) αλλά και στη θέρμανση (79,82%). Κατόπιν η κατηγορία δαπανών που σημειώνει αύξηση τον τελευταίο χρόνο αξιολογούν πως είναι η μετακίνηση με Ι.Χ. (66,61%) και τα λοιπά βασικά είδη πρώτης ανάγκης (54,09%). Αξιόλογο ποσοστό δηλώνει οικονομική επιβάρυνση και στην ιατρική περίθαλψη (42,75%) καθώς επίσης και στο κόστος των ενοικίων / ή του δανείου της κατοικίας τους (30,70%). Οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι αυξήσεις έχουν επιβαρυνθεί και σε άλλες κατηγορίες όπως για παράδειγμα δηλώνουν σε ποσοστό 28,83% για την κατηγορία της ένδυσης και υπόδησης και 24,15% για την κατηγορία της εκπαίδευσης και των έκτακτων αναγκών επίσης. Σε μικρότερο ποσοστό εντοπίζουν αυξήσεις σε κατηγορίες όπως οι τηλεπικοινωνίες (22,75%), η ψυχαγωγία (21,93%) και η προσωπική φροντίδα (21,58%).

Προκειμένου να αποσαφηνιστεί περισσότερο η οικονομική επιβάρυνση του οικογενειακού προϋπολογισμού, ζητήθηκε από τους καταναλωτές να αναφερθούν στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν τα ελλείματα του προϋπολογισμού τους. Ως πρώτη λύση καταγράφεται η περικοπή

άλλων δαπανών (50,5%) και ακολουθεί η χρήση των αποταμιεύσεών τους (19,1%). Την εύρεση δεύτερης απασχόλησης επιλέγει το 15,4% ενώ τον δανεισμό από το οικογενειακό / φιλικό περιβάλλον το 12,2%. Τέλος, και σε πολύ μικρό βαθμό, τον δανεισμό από πιστωτικό ίδρυμα (2,9%).

Οι καταναλωτές δηλώνουν ότι δεν διαθέτουν αποταμιεύσεις που θα μπορούσαν να τους βοηθήσουν να ξεπεράσουν το κόστος των αυξήσεων. Σημειώνεται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των καταναλωτών (54,86%) που δεν διαθέτουν αποταμιεύσεις δηλώνουν ιδιωτικοί υπάλληλοι (31,23%) και δημόσιοι υπάλληλοι το 23,63%.

Οι περισσότεροι καταναλωτές δεν διαθέτουν πιστωτική κάρτα (57,9%) σε αντίθεση με το υπόλοιπο 42,1% που απαντά καταφατικά. Αξιοπρόσεκτο συμπέρασμα είναι το γεγονός ότι από τους καταναλωτές που διαθέτουν πιστωτική κάρτα οι περισσότεροι είναι έγγαμοι (70,56%) σε αντιπαραβολή με τους άγαμους που κατέχει κάρτα το 20%.

Οι καταναλωτές σε ποσοστό 27% δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν πιστωτική κάρτα για να καλύψουν κόστη προϊόντων βασικής ανάγκης (τροφήμα, καύσιμα), σε αντίθεση με το 73,00% οι οποίοι ενώ έχουν στην κατοχή τους πιστωτική κάρτα δεν τη χρησιμοποιούν για αντίστοιχες δαπάνες. Την αγορά προϊόντων βασικής ανάγκης καλύπτουν με τη χρήση πιστωτικής κάρτας σε εντυπωσιακό ποσοστό οι έγγαμοι (69,26%) και με μεγάλη απόκλιση ακολουθούν οι άγαμοι (20,78%). Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών δεν έχει προβεί σε αίτηση έκδοσης πιστωτικής κάρτας για την κάλυψη του κόστους προϊόντων βασικής ανάγκης (93,0%). Μόλις το 7,0% έχει αιτηθεί την έκδοση πιστωτικής κάρτας για την αγορά τροφίμων, προμήθειας καυσίμου κλπ. Τον ίδιο ακριβώς προσανατολισμό ακολουθεί το 93,0% των καταναλωτών που δεν έχει προβεί σε αίτηση έκδοσης καταναλωτικού δανείου για την κάλυψη κάποιας έκτακτης ανάγκης. Παρόλα αυτά, ένας στους δύο καταναλωτές έχει υποστηρίξει οικονομικά κάποιον συγγενή και φίλο.

Ενήμεροι με το ενοίκιο και το στεγαστικό δάνειο της κατοικίας τους δείχνουν να είναι οι καταναλωτές αφού δεν περικόπτουν ποτέ την πληρωμή τους παρά την ανατίμηση των προϊόντων και των υπηρεσιών ενέργειας (80,7% δηλώνει ποτέ και σπάνια). Δεν συμβαίνει το ίδιο με τη θέρμανση αφού την έχουν μειώσει μερικές φορές, συχνά και πάντα δηλώνει το 66,0%. Στην ίδια λογική, οι καταναλωτές μείωσαν και τη μετακίνηση με Ι.Χ. 77,3% (μερικές φορές, συχνά και πάντα) ενώ ιδιαίτερα σημαντικό ποσοστό μείωσε και την αγορά τροφίμων και τα λοιπά βασικά είδη πρώτης ανάγκης (55,6% και 65,10% αντίστοιχα μερικές φορές, συχνά και πάντα). Το μεγαλύτερο ποσοστό (63,8%) των ερωτώμενων δεν προχώρησε σε κάποια περικοπή στα φροντιστήρια των παιδιών (ποτέ και σπάνια) ενώ σχεδόν μοιρασμένοι αποτυπώνονται για τις εξωσχολικές δραστηριότητες. Οι καταναλωτές επιλέγουν να περικόψουν σε μεγάλο βαθμό την ψυχαγωγία (89,4% μερικές φορές, συχνά και πάντα) σε αντιδιαστολή με την ιατρική περίθαλψη που οι απαντήσεις διχάζουν. Οι 6 στους 10 συνεχίζουν να αποπληρώνουν τις δαπάνες λοιπών οφειλών σε τράπεζες (61,5% ποτέ και σπάνια) αλλά και τις οφειλές σε ΔΕΚΟ (64,4%). Τέλος, οι καταναλωτές για να ανταπεξέλθουν στις ανατιμήσεις προϊόντων και ενέργειας επιλέγουν να προβούν σε περικοπή δαπανών για την προσωπική τους φροντίδα αλλά και την ένδυση / υπόδηση (83,5% και 90,4% αντίστοιχα μερικές φορές, συχνά και πάντα).

Η αύξηση της έντασης της ακρίβειας και οι επιπτώσεις της φαίνεται ότι δεν έχουν αναγκάσει την πλειονότητα των καταναλωτών (80,4%) να πωλήσει ή να ενοικιάσει την περιουσία του. Μόνο σε ποσοστό 8,2% οι ερωτώμενοι αναγκάστηκαν να πωλήσουν την κινητή τους περιουσία, το 6,2% να πωλήσει την ακίνητη περιουσία και το 5,3% να την ενοικιάσει.

Αναφορικά με τις δραστηριότητες αναψυχής, 6 στους 10 καταναλωτές αδυνατούν να απολαύσουν έστω και μία εβδομάδα διακοπές το χρόνο. Οι περισσότεροι δε καταναλωτές (84,29%) που αδυνατούν ανήκουν στην κατηγορία με οικογενειακό εισόδημα 0€-2000€. Το 56,2% δεν έχει κάνει διακοπές τουλάχιστον τα 3 τελευταία έτη ή και καθόλου. Σχεδόν 3 στους 10 καταναλωτές δεν έχουν κάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια ενώ ομοίως στην ίδια κατάσταση βρίσκεται και το υπόλοιπο 27,8% που απέδρασε μόλις για μία εβδομάδα πριν από τρία έτη. Το 22%, δηλαδή μόλις 2 στους 10 καταναλωτές φροντίζουν να εξασφαλίζουν πάντα μία εβδομάδα διακοπές. Τέλος, το 21,8% κατάφερε να κάνει διακοπές πριν από 12 μήνες. Σε μία απόπειρα προσέγγισης του ζητήματος υπό το πρίσμα της επαγγελματικής κατάστασης των καταναλωτών αλλά και του μηνιαίου οικογενειακού τους εισοδήματος θα εντοπίσουμε πως μεγάλοι πτηνόμενοι των διακοπών είναι οι άνεργοι, οι οποίοι, σε ποσοστό 77,53% δεν έχουν κάνει ποτέ διακοπές ή έχουν τουλάχιστον τρία χρόνια να κάνουν διακοπές. Σε ποσοστό 68,42% στην ίδια θέση βρίσκονται και οι συνταξιούχοι.

Κερδισμένοι αποδεικνύεται ότι είναι οι επιχειρηματίες, καθώς, το 72,73% εξασφαλίζει πάντα μία εβδομάδα διακοπών, και επίσης, απέδρασε για μία εβδομάδα πριν από 12 μήνες. Με παρονομαστή το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα, το 80,33% των καταναλωτών με μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 0€ - 1000€ δεν απολαμβάνει διακοπές εδώ και πολλά χρόνια ή έχει να απολαύσει τουλάχιστον τρία χρόνια. Το αντίστοιχο ποσοστό για όσους έχουν μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 1000-2000€ είναι 57,5%. Εξετάζοντας τις επόμενες κλίμακες εισοδήματος, οι περισσότεροι δηλώνουν πως εξασφαλίζουν πάντα μία εβδομάδα διακοπών ή έκαναν τουλάχιστον πριν 12 μήνες, (εισόδημα 2000€-3000€ το 68,46%, 3000-4000 το 78,72% και 4000€-5000€ το 58,82%). Σχετικά με τις διατροφικές συνήθειες, μία φορά την εβδομάδα μπορεί να καταναλώνει κρέας το 41,3% και 2 έως 3 φορές το 47,4%. Με βάση τον οικογενειακό τους προϋπολογισμό, ψάρι μία φορά την εβδομάδα καταναλώνει το 52,3% ενώ μεγάλο ποσοστό σπάνια (37,0%). Το ίδιο φαίνεται να συμβαίνει και για τα πουλερικά, αφού μόλις μία φορά καταναλώνεται από το 55,9% και 2 έως 3 φορές από το 34,2%. Καθημερινά μπορούν να καταναλώνουν οι καταναλωτές φρούτα και λαχανικά σε ποσοστό 41,1% ενώ όσπρια και λαδερά 2 έως 3 φορές την εβδομάδα σημειώνει το 56,7% και 51,6% αντίστοιχα.

Οι αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών, διαμορφώνονται ως εξής: Επτά στους δέκα ερωτώμενους επιλέγουν να αγοράζουν τρόφιμα με βάση την προσφορά και την χαμηλότερη τιμή. Αναλυτικότερα το 39,0% ψωνίζει με βάση την προσφορά και το 30,6% με βάση των χαμηλότερη τιμή. Μόλις το 25% των καταναλωτών αγοράζει με βάση την ποιότητα των τροφίμων ενώ εντυπωσιακά μικρό είναι το ποσοστό όσων ψωνίζουν με βάση την επωνυμία (5,4%).

Αρκετά απαισιόδοξα κρίνουν οι καταναλωτές τις αυξήσεις σε τρόφιμα και ενέργεια αφού οι περισσότεροι (78,0%) θεωρούν πως είναι μόνιμες. Μολταυτά ένα πολύ μικρό ποσοστό (7,5%) θεωρεί ότι οι αυξήσεις είναι παροδικές ενώ τέλος, το 14,5% δεν γνωρίζει/ δεν απαντά.

Στην ερώτηση για την κυβερνητική πολιτική που πρέπει να ακολουθήσει η κυβέρνηση για την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης και της ακρίβειας, η πλειοψηφία συνιστά την αύξηση των μισθών (39,5%) καθώς επίσης και τη μείωση των ειδικών φόρων (25,8%). Η επόμενη δημοφιλέστερη απάντηση είναι η απορρόφηση του κόστους από την Πολιτεία (15,6%) ενώ η αύξηση των επιδομάτων (9,2%) και η απορρόφηση του κόστους από τους προμηθευτές επιλέγεται από μικρότερο ποσοστό καταναλωτών(9,9%).

Σε καταναλωτικό συνεταιρισμό ενδιαφέρεται να συμμετέχει το 29,6% και αρνητικά δηλώνει το 32,7%. Ένα σημαντικό ποσοστό (37,7%) δεν ξέρει/ δεν απαντά. Σε αντιδιαστολή με την προηγούμενη ερώτηση, περισσότεροι επιθυμούν να συμμετέχουν σε ενεργειακή κοινότητα (34,0%) ενώ αρνητικό δηλώνει το 29,7%. Ομοίως και σε αυτή την ερώτηση μεγάλο ποσοστό δεν ξέρει/ δεν απαντά (36,3%). Σχεδόν όλοι οι καταναλωτές επιθυμούν να αγοράζουν προϊόντα απ' ευθείας από τους παραγωγούς χωρίς τη μεσολάβηση μεσαζόντων (91,5%). Πολύ μικρό ποσοστό απαντά αρνητικά (2,8%) ενώ το 5,7% είναι ουδέτερο απαντώντας πως δεν ξέρει/ δεν απαντά (5,7%).



**ΕΝΩΣΗ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ**

Ιουλιανού 28, 104 33 Αθήνα, 6ος όροφος
T: 210 881 7730 · F: 210 881 7784 · E: info@eeke.gr

 enosikatanaloton  eeke_gr

www.eeke.gr