

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Μεγάλη απόκλιση του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή του κλάδου κινητής τηλεφωνίας από τη μέση τιμή ανά λεπτό ομιλίας

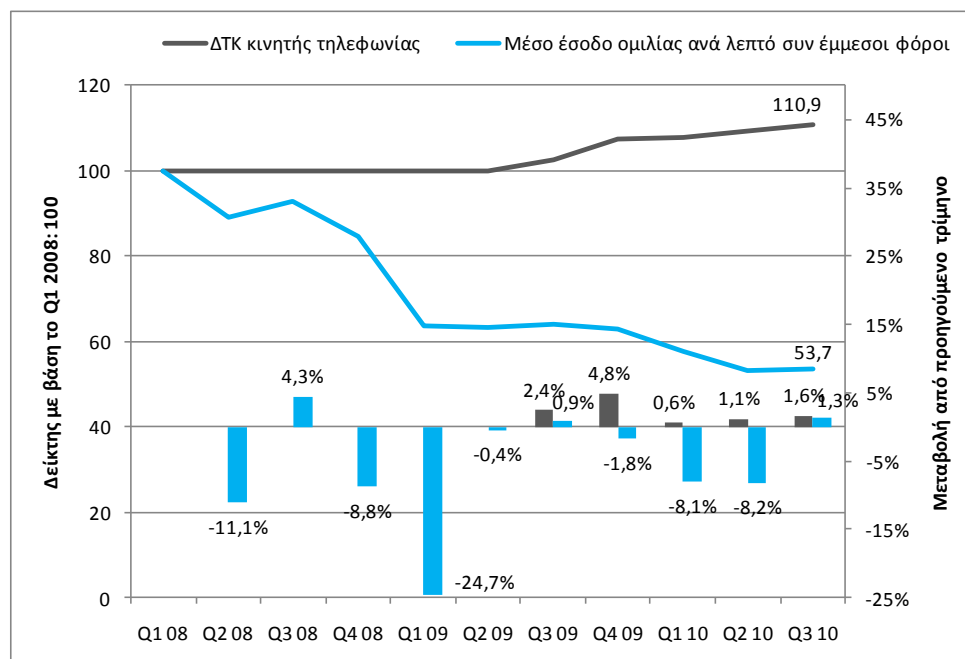
Μελέτη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και της ICAP Group καταδεικνύει ότι η πτωτική τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί ο κλάδος κινητής τηλεφωνίας τα τελευταία χρόνια, δεν αποτυπώνεται στο δείκτη τιμών καταναλωτή του κλάδου

Αντιπροτείνει νέο μοντέλο υπολογισμού

Αθήνα, 2 Μαρτίου 2011 – Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και της ICAP Group, ο δείκτης τιμών καταναλωτή του κλάδου κινητής τηλεφωνίας της ΕΛ.ΣΤΑΤ. έρχεται σε αντίθεση με τα δημοσιευμένα στοιχεία των εταιρειών κινητής τηλεφωνίας αναφορικά με τα έσοδα ανά λεπτό ομιλίας.

Αυτό οφείλεται στο μοντέλο υπολογισμού του δείκτη τιμών καταναλωτή των υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας που ακολουθείται σήμερα, το οποίο **δεν αποτυπώνει τις σημαντικές μειώσεις τιμών στις οποίες έχει προχωρήσει ο κλάδος τα τελευταία χρόνια και την επακόλουθη συμβολή της κινητής τηλεφωνίας στη συγκράτηση του πληθωρισμού.**

Ενώ τα δημοσιευμένα στοιχεία των εταιρειών για τα έσοδα ανά λεπτό ομιλίας, προσαρμοσμένα και με τις αυξήσεις που οφείλονται στην έμμεση φορολογία, δείχνουν μία συνεχή και μεγάλη μείωση της τάξης του -46,3% (για το διάστημα Α' τρ. 2008 - Γ' τρ. 2010), ο δείκτης τιμών καταναλωτή του κλάδου κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζει, για το ίδιο διάστημα, αύξηση 10,9%.



Με βάση το μοντέλο του δείκτη της ΕΛ.ΣΤΑΤ. ο κλάδος κρατά τις τιμές του σταθερές και περνά όλες τις αυξήσεις φόρων στον καταναλωτή. Με βάση το δείκτη εσόδων ανά λεπτό ομιλίας, **ο κλάδος όχι μόνο απορροφά όλες τις αυξήσεις φόρων αλλά προχωρά και σε μειώσεις ακόμη και μετά την επίδραση των φόρων, με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να απολαμβάνει ακόμη χαμηλότερες τιμές.** Η απόκλιση των δύο δεικτών είναι τόσο μεγάλη ώστε να έχει επίδραση στο συνολικό πληθωρισμό κατά περίπου 1,2% σε αυτό το χρονικό διάστημα.

Η αντίθεση αυτή εξηγείται κυρίως από την αντικειμενική δυσκολία υπολογισμού του δείκτη τιμών στον κλάδο και από τους περιορισμούς της υφιστάμενης μεθοδολογίας της ΕΛ.ΣΤΑΤ., η οποία **δεν αντιμετωπίζει τις μεταβολές στα παρεχόμενα και δημοφιλέστερα προγράμματα.** Επίσης, **δεν λαμβάνονται υπόψη εκπτώσεις και προσφορές** που στο συγκεκριμένο κλάδο χρησιμοποιούνται συστηματικά και περιορίζουν σημαντικά το κόστος για τον καταναλωτή ενώ παρακολουθείται ένα υποσύνολο των παρεχόμενων τιμών, το οποίο **δεν είναι πλέον αντιπροσωπευτικό.**

Σύμφωνα με τη μελέτη, σε καμία άλλη χώρα για την οποία υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία, δεν σημειώνονται τόσο μεγάλες αποκλίσεις στον τρόπο υπολογισμού του δείκτη τιμών της κινητής τηλεφωνίας όσο στην Ελλάδα, ενώ σε όλες τις υπόλοιπες χώρες η μεταβολή του δείκτη είναι αρνητική όπως και στα έσοδα ανά λεπτό ομιλίας.

Τέλος, μέσα από τη μελέτη του ΟΠΑ και της ICAP Group προτείνεται η υιοθέτηση νέου μοντέλου παρακολούθησης του δείκτη τιμών καταναλωτή του κλάδου, το οποίο να βασίζεται στην **παρακολούθηση προφίλ καταναλωτών**, όπως γίνεται σε μία πληθώρα άλλων χωρών (π.χ. Βρετανία, Γαλλία, Γερμανία), προκειμένου να αποτυπώνεται καλύτερα η εξέλιξη των τιμών του κλάδου κινητής τηλεφωνίας και να εξάγονται ορθότερα συμπεράσματα αναφορικά με τη συμβολή της στον πληθωρισμό.

– ΤΕΛΟΣ –

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε με τα γραφεία:

V+O COMMUNICATION
Μιχαλακοπούλου 91, 115 28 Αθήνα
Λιλή Δράκου, Manager IT/Telco, ld@vando.gr
Τηλ.: 210 7249000, Fax: 210 7249020